

## A HELYI VÁLLALKOZÁSOK FEJLESZTÉSI SZÜKSÉGLETEINEK FELMÉRÉSE

### c. kérdőív tapasztalatainak összegzése

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara által a városi kamarai szolgáltatások bővítésére biztosított pótlólagos gazdaságfejlesztési forrás felhasználását a Dunaujvárosi Kamara egy kérdőíves felméréssel alapozta meg 2023. utolsó negyedévében.

Kamaránk kiemelt stratégiai célja, hogy a helyi vállalkozók konkrét igényeit figyelembe véve folyamatosan korszerűsítse az elérhető helyi kamarai szolgáltatásokat, ezzel is elősegítve a helyi gazdaság növekedését, sikerességét és versenyképességét.

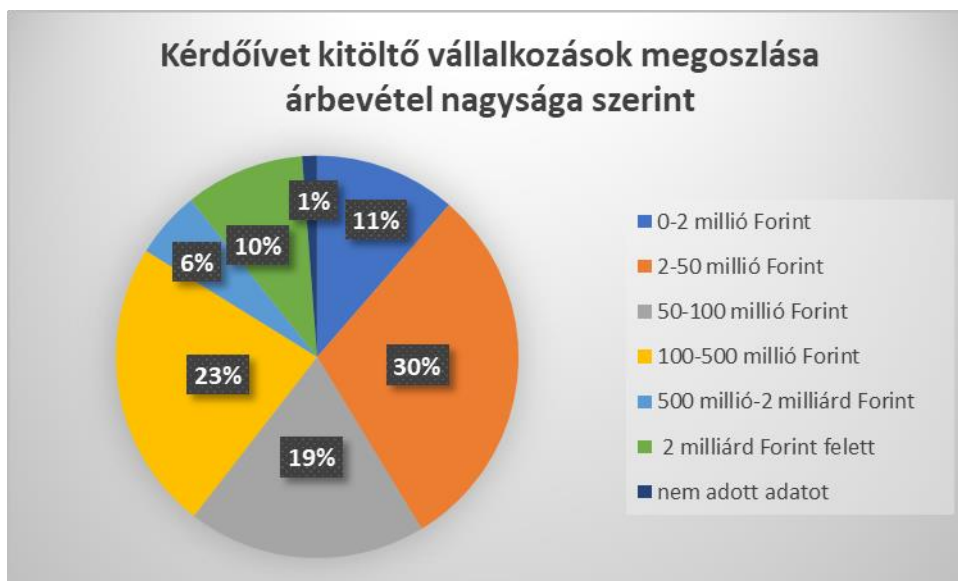
A kérdőíves felmérés keretében elsősorban a helyi vállalkozások legfontosabb gazdasági jellemzőinek, kihívásainak, valamint fejlesztési szükségleteinek a feltérképezését tűztük célul. A kérdőív tartalmi, módszertani kialakításához szakértő közreműködését vettük igénybe, míg a konkrét lekérdezéseket az online lehetőség biztosítása mellett telefonos és személyes interjúk keretében valósítottuk meg a kamarai kollégák közreműködésével. A kérdőíves felmérést több kommunikációs csatornán is népszerűsítettük 2023. október 20. és december 18. között: a kitöltő felületet elérhetővé tettük a kamarai honlapunkon, és a Facebook oldalunkon is folyamatosan hirdettük, melyet több mint 5800 fő tekintett meg. Kamarai hírlevél formájában két alkalommal összesen 3421 vállalkozáshoz juttattuk el a felhívást a felmérésben történő részvételre.

Összességében 167 vállalkozás élt a válaszadás lehetőségével, meghatározó részük személyes beszélgetés keretében. Fontosnak tartottuk, hogy a térség meghatározó nagyobb vállalkozásainak a vezetőit is elérjük az interjúk során, különösen a kamarai önkéntes tagvállalatokat érintően. Sajnálattal tapasztaltuk, hogy a legjelentősebb létszámot képviselő kkv-szektor érdeklődése, aktivitása, minden erőfeszítésünk ellenére, várakozásunkon alul maradt a felmérés során. Annak ellenére, hogy sokan vitatják a kamarai hozzájárulás ellenértékeként igénybe vehető szolgáltatások megfelelőségét, a változtatás lehetőségét célzó konkrét megnyilvánulásra csak kevés hajlandóságot tapasztaltunk az érintett körben.

A felmérés tapasztalatait, konklúzióit az alábbiakban összegeztük:

#### **A válaszolók megoszlására jellemző gazdasági adatok (7.-12. kérdés)**

A kérdőívet kitöltő 167 helyi vállalkozás összesen 6632 főt foglalkoztat, ami a helyi gazdaságilag aktív korú népesség közel harmadát teszi ki. Az árbevétel tekintetében is meghatározó gazdasági arányt képviselnek a felmérésben szereplő cégek, hiszen a válaszadók 40 százaléka 100 millió forint feletti éves árbevétellel rendelkezik.

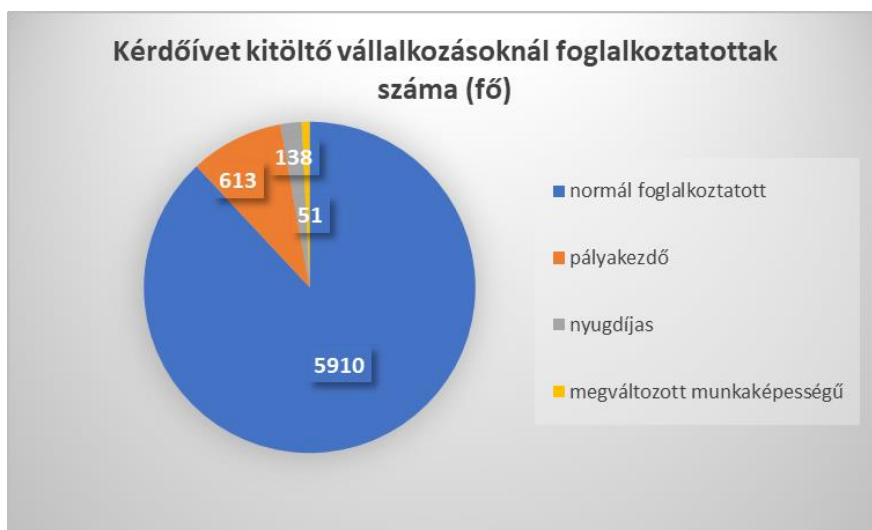


Ugyancsak jelentős arányt képviselnek a 0-tól 2 millió forintig, valamint a 2-től 50 millió forintig terjedő árbevétel kategóriákba tartozó mikro- és kisvállalkozások is, akiknek együttes aránya a válaszadók 41 százalékát teszi ki. Tekintve, hogy a dunaujvárosi vállalkozások megoszlását alapul véve ez a két kategória tömöríti a helyi vállalkozások több mint 90 százalékát, ez a részvételi arány reálisan tükrözi az érintett kör aktivitási hajlandóságát is.



A kérdőívet kitöltő vállalkozások 68 százaléka a legtöbb vállalkozást magába foglaló mikro-vállalkozások kategóriájából került ki. A kis- és közép vállalkozások együttes aránya közel 30 százalékot képvisel, míg a legnagyobb foglalkoztatotti létszámokat tömörítő nagyvállalati kör részvétele 3 százalékot tesz ki az összes válaszadó között.



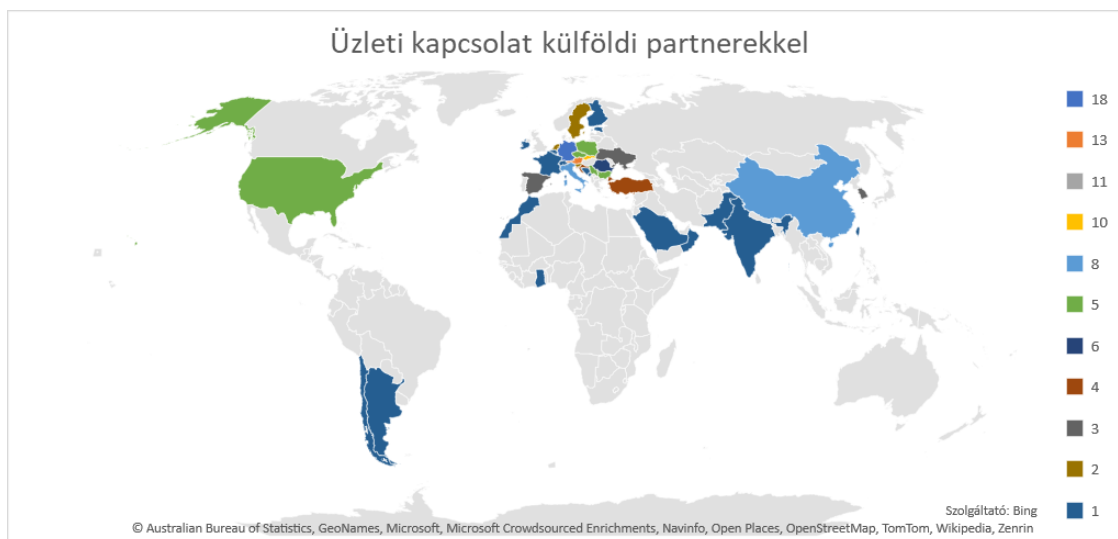


A válaszadó vállalkozói körnél foglalkoztatott létszám megoszlását tekintve 5910 fő normál foglalkoztatott, míg a pályakezdők aránya csak 9 százalékot tesz ki, és mindössze 2 százalék a nyugdíjas foglalkoztatottak aránya. A megváltozott munkaképességű munkavállalók alkalmazása elenyésző a megkérdezettekénél, mindössze 51 fő áll alkalmazásban ebben a kategóriában.

#### **A külpiaci kapcsolatok jellemzői (13.-19. kérdés)**

A felmérésben szereplő vállalkozások 30 százaléka tart fenn valamilyen kapcsolatot külföldi partnerekkel. Jellemzően ők azok, akik már részt vettek, vagy a jövőben szeretnének részt venni hazai és nemzetközi külpiaci eseményeken. A választ adó cégek fennmaradó közel 70 százaléka a saját vállalkozása szempontjából nem tartja relevánsnak a külpiaci események nyomon követésének szükségességét.

A külföldi partnerkapcsolatok előfordulásának gyakorisága szempontjából látható, hogy jellemzően az európai országok érintettek, azonban Ausztrália kivételével a világ szinte valamennyi földrészével fennáll valamilyen üzleti kapcsolat a releváns vállalkozói kör részéről.



A külföldi kapcsolatépítésben érintett országok előfordulásának gyakoriságát alapul véve látható, hogy a német piaci jelenlét a legjellemzőbb a térségünkben: a külkapcsolatok szempontjából releváns vállalkozások 36 százaléka érdekelt ebben a relációban. Ezt követi Ausztria 22 százalékos aránnyal, majd Szlovákia 20 százalékos érintettséggel. Az Európai Unió egészét külpiacának tekinti a megkérdezett vállalkozások közül külkereskedelemben érdekelt 21 százaléka. Összegezve az EU országaiban üzleti kapcsolatokkal a külpiacon érdekelt vállalkozásoknak döntő többsége, 70 százaléka rendelkezik. Ázsia 28 százalékot, az USA, valamint Afrika 10-10 százalékot jelent, Dél-Amerika pedig 6 százalékot tesz ki a külpiaci jelenlétből (a külpiacokon aktív vállalkozások természetesen több régióban is érintettek lehetnek).



## Exportpiacok iránti érdeklődés (16. kérdés)

<b>Ha nincsenek külpiaci kapcsolataik, tervezik-e a vállalkozás exportpiacokon történő megjelenését?</b> (árbevételi nagyságrend szerint)							
	0-2 millió	2-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió-2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
nem	19	47	29	34	7	12	148
igen	1	2	2	4	1	3	13

A kérdésre adott válaszok alapján a felmérésben résztvevő vállalkozások mintegy 8 százaléka tervezi azt, hogy újként lép ki a külpiacra. Az, hogy közöttük több nagyobb vállalkozás is található, jelzi azt, hogy ugyan arányában kevés vállalkozásról van szó, ezzel a kérdéssel érdemes foglalkozni: a vállalkozások külpiaci kapcsolatai kiépülésének segítésével.

Kamaránknak azonban nem állnak rendelkezésre ezen a területen olyan erőforrásai, mint a megyei kamaráknak. Jól átgondolt, célzott, megtervezett eseti rendezvényeken, delegációs utazásokon, vásár-kiállítás látogatásokon túl elsősorban az országos és nemzetközi programlehetőségek megosztásával, a különböző megyei kamarák kínálatának népszerűsítésével, az azokra történő rácsatlakozással lehet eredményeket elérni. Mindig is fontos célkitűzésünk volt az ilyen jellegű információk közvetítése, a hatékonyság, az új együttműködési formák keresése terén azonban vannak még előrelépési lehetőségek.

## Milyen segítséget igényelné vállalkozásuk a külföldi piacépítésben? (17. kérdés)

A külföldi piacépítés iránt érdeklődő vállalkozások szövegesen válaszolhattak arra, hogy milyen segítséget igényelnének ezen a területen. Többen jelezték, hogy a reménybeli megrendelőkkal, vevőkkel, beszállítókkal, üzleti partnerekkel való kapcsolatépítésben várnak segítséget a kamarától. Az új értékesítési lehetőségek, beszállítói kapcsolatok kiépítéséhez hazai és nemzetközi vásárokon való célzott megjelenésben, külföldi üzleti utak szervezésében, pályázati lehetőségek megismerésében, elérésében, workshopok szervezésében, piackutatásokban történő részvételben nyújthat segítséget a kamara. Az előző pontban leírtak alapján a fenti elvárások a releváns információk hatékony közvetítésével teljesíthetők, azonban a területi kamarákkal, illetve az egyes külpiacokra fókuszáló tagozatokkal, más, határokon átnyúló kapcsolatok építésében érdekelt szervezetekkel való együttműködés kiépítése új, a térség vállalkozói számára további előnyökkel is szolgálhat.



## Kamarai külpiaci információk figyelemmel kísérése (18. kérdés)

<b>Figyelemmel kísérik-e a Kamara külpiaci eseményekről szóló online tájékoztatóit, híreit?</b>							
	0-2 millió	2-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió-2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
nem, mert jelenleg nem releváns	15	36	23	25	4	6	109
nem, mert nem tudok róla	0	4	3	7	3	4	21
igen	4	10	6	6	2	6	34

Erre a kérdésre a válaszadók 20 százaléka válaszolt úgy, hogy figyelemmel kíséri a külpiaci híreket, 13 százalékuk azért nem figyeli, mert nem tud róla, a további 66 százalék számára pedig nem relevánsak a külpiaci eseményekről szóló tájékoztatások. Ha ezeket az arányokat összevetjük azzal, hogy hányan vannak jelen a külpiacokon, illetve hányan tervezik a külpiacokra lépést, akkor látható, hogy mintegy 5 százaléka a válaszadóknak annak ellenére nem tartja relevánsnak kamaránk külpiaci híreit, hogy érintett a külföldi relációk építésében, fenntartásában. Bár ez az eltérés nem mondható magasnak, mégis jelzi, hogy érdemes dolgozni a kommunikáció javításán ezen a területen is.

Ezt igazolja az tény, hogy a válaszadók több mint 13 százaléka azért nem követi a külpiaci híreinket, mert nem tud róla. A válaszadók jellemzőit vizsgálva szembetűnő, hogy a nagyobb vállalkozások esetében magasabb arányban fordul elő ez a fajta információ hiány. Ezzel a ténnyel szembeesülve a nagyobb cégek esetében folyamatosan törekednie kell a kamarának arra, hogy lehetőleg a vállalkozás illetékes döntéshozói, illetve az adott terület felelősei kapják meg a hírlevelet, és ne vesszen el az információ a kommunikációs csatornák útvesztőiben.



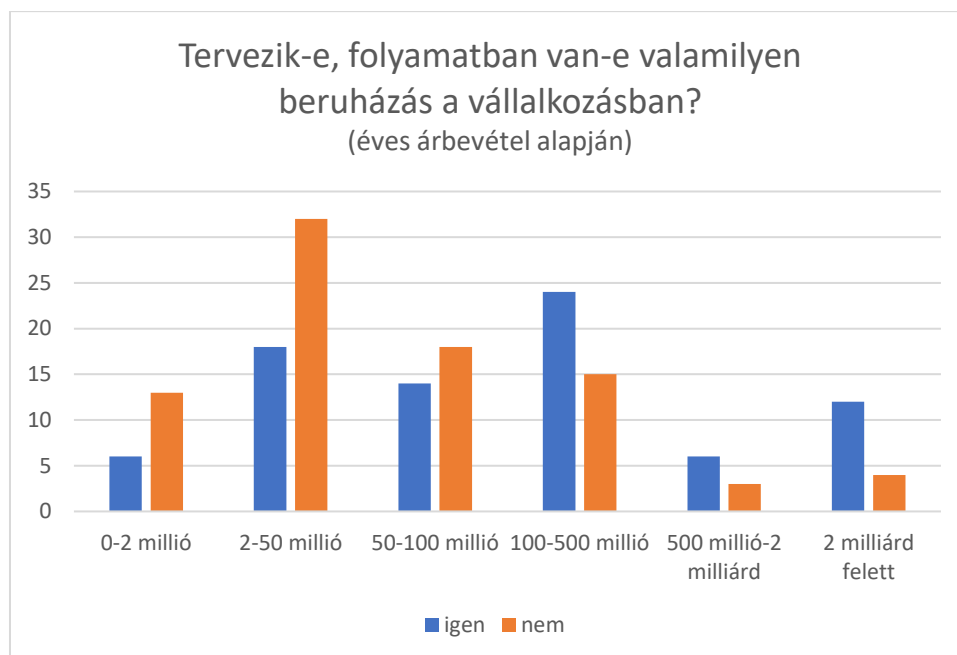
**Részvétel nemzetközi vásárokon, eseményeken (19. kérdés)**

<b>A vállalkozás részt szokott venni nemzetközi vásárokon, kiállításokon, B2B találkozókra?</b>							
	0-2 millió	2-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió- 2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
igen, külföldön	0	1	1	1	2	2	7
igen, belföldön	4	7	2	2	2	2	19
igen, külföldön és belföldön	0	1	2	3	0	3	9
még nem, de érdekelne a lehetőség	1	4	1	4	0	0	10
nem	14	37	26	29	5	9	120

A válaszadó vállalkozások 27 százaléka vesz részt hazai, vagy külföldi vásárokon, üzleti eseményeken, illetve érdeklődne ilyen rendezvények iránt. Ez az arány is igazolja, hogy van releváns igény a kamarai honlapunkon, hírleveleinkben a vásárokkal, kiállításokkal, B2B találkozókkal kapcsolatos információk közvetítésére. Azonban az előbbieken (17. kérdés kapcsán) leírtak szerint, a kamara részéről fontos lenne olyan szakmai szervezeti kapcsolatok kiépítése, amelyekkel segíthetné a helyi vállalkozásokat, hogy minél költséghatékonyabban, eredményesebben és tervezetten vehessenek részt ilyen jellegű eseményeken.



**Tervezik-e, folyamatban van-e valamilyen beruházás a vállalkozásban? (20. kérdés)**

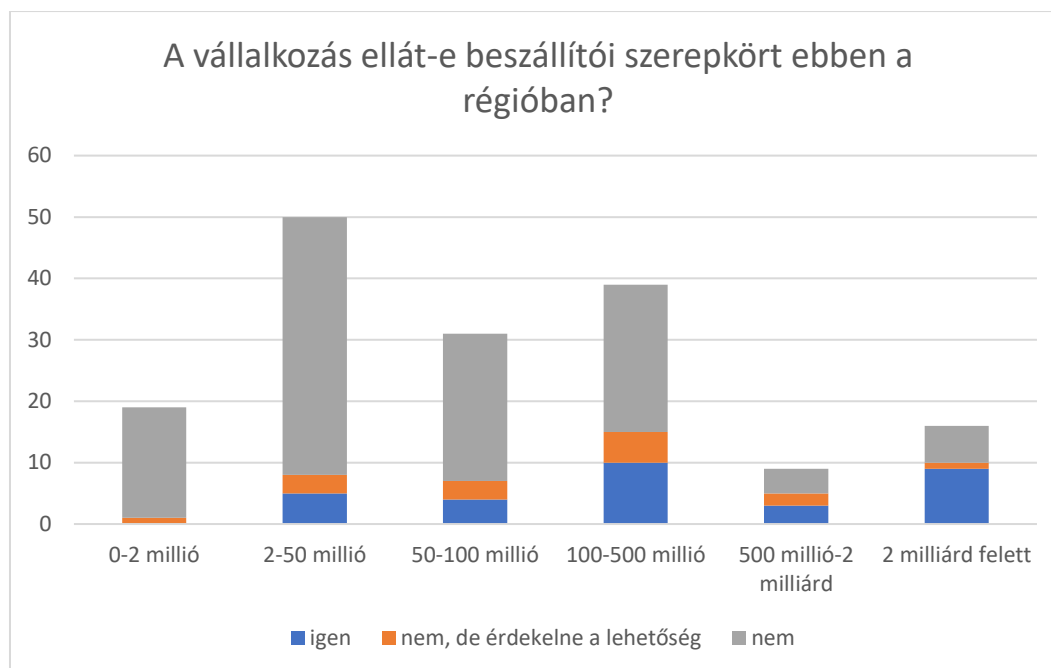


Az összesített adatok alapján a válaszadó vállalkozások **kicsivel több mint fele (51%-a) nem tervez beruházást** és nincs is ilyen folyamatban a vállalkozásánál. Az árbevételi sávok alapján látható, hogy minél nagyobb bevételt realizál egy gazdálkodó szervezet, annál nagyobb arányban jelenik meg a beruházási hajlandóság is. **A kétmilliárd forint feletti árbevételű vállalkozások esetében háromnegyedük nyilatkozott úgy, hogy tervezés alatt áll, vagy már folyamatban van valamilyen beruházás megvalósítása.** Ezek az adatok azt mutatják, hogy a térség gazdaságában a tőkeerősebb vállalkozások meghatározó része elkötelezett a fejlesztések iránt, a nehezebbé vált külső körülmények ellenére is bíznak a beruházások megtérülésében.

A helyi gazdaság szempontjából biztató, hogy az itt működő nagyobb vállalkozások túlnyomó része érdekelt a beruházások megvalósításában. Ugyanakkor az is fontos lenne a helyi közösség számára, hogy a kisebb vállalkozások is fejlődjenek, erősödjenek. A későbbi kérdésekre adott válaszok tovább árnyalják a képet, akár a pályázati kapacitás hiányát (22. kérdés), a pályázati források igénybevételét (26. kérdés), vagy a vállalkozásfejlesztési hitel igénybevételét nézzük (27. kérdés). Megállapítható, hogy a kisebb vállalkozások ezekkel a lehetőségekkel kevésbé élnek, mivel nem tartják a maguk számára elérhetőnek vagy megvalósíthatónak. Főként ezek lehetnek azok a fókuszterületek, ahol hatékonyabb segítségnyújtásra lehetne törekedni a kkv-k esetében annak érdekében, hogy bővülhessen a beruházási tevékenységük. Erről a későbbi kérdések elemzésénél írunk bővebben.



## A vállalkozás ellát-e beszállítói szerepkört ebben a régióban? (21. kérdés)

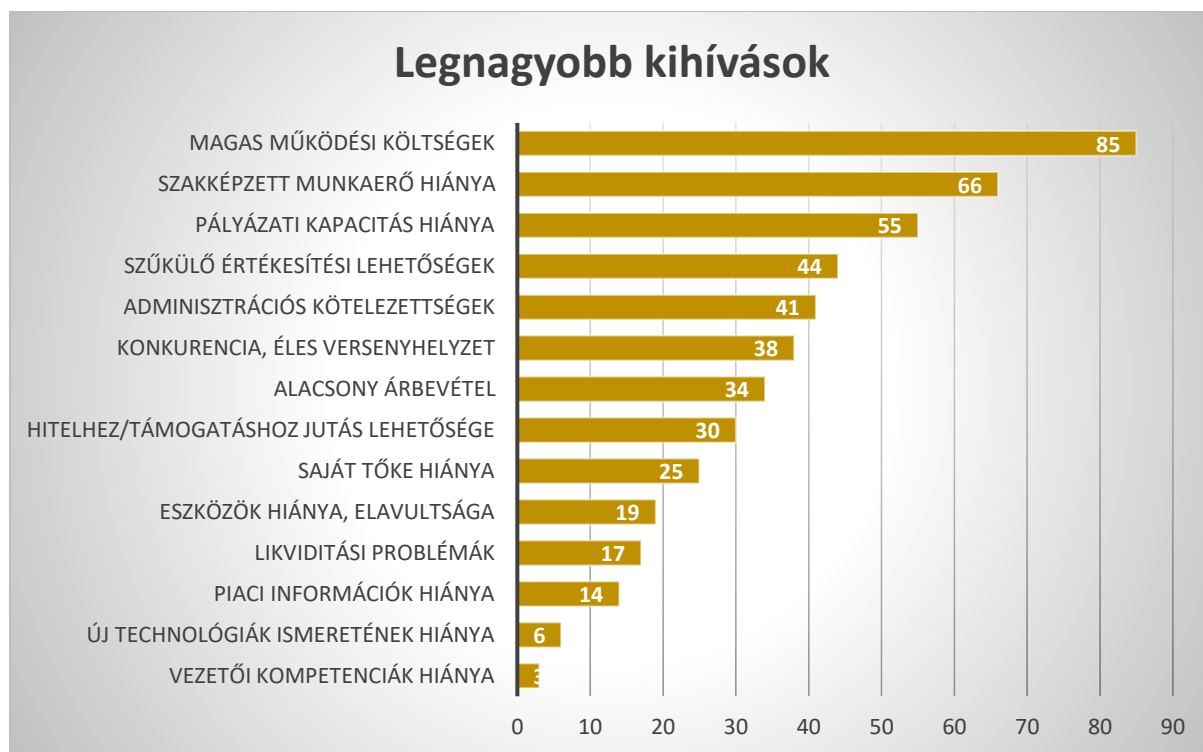


A beszállítói szerepkör esetében az egészen kis vállalkozások kivételével a többi vállalkozói körben már jelen van az érintettség, vagy az ezirányú törekvés. Ez a szerepkör egy olyan speciális területet képvisel térségünkben, amely jellemzően jól körülhatárolható tevékenységi körök mentén jelenik meg. Nem véletlen, hogy ez is a nagyobb, főként az 500 millió forint feletti árbevételű – nagyobb részt ipari – cégeknél szerepel 50 százalékot közelítő, vagy afeletti súllyal.

A legnagyobb vállalkozások, amelyek beszállítói szerepkört töltenek be, vagy ilyen jellegű szolgáltatásokat vesznek igénybe, döntően már kiépítették a kapcsolatrendszerüket. A többi vállalkozó esetében a rögzített válaszok – bár a válaszadókon belül csak egy kisebb százalékot jeleznek a számok – utalhatnak arra, hogy a helyi vállalkozói körben egy fontos, nagyságrendjében sem elhanyagolható kör van, akik igénylik a támogatást beszállítói szerepkörük kiépítéséhez, bővítéséhez. Tehát eredményes lehet kellő előkészítés alapján ilyen jellegű, beszállítói programra való rácsatlakozás megyei, regionális, vagy országos szinten, vagy akár a helyi együttműködési lehetőségek hatékonyabb feltérképezésével és ösztönzésével.

## FEJLESZTÉSI IRÁNYOK

**Az alább felsoroltak közül melyek jelentik a legnagyobb kihívást a vállalkozás számára? (több is megjelölhető) – 22. kérdés**



Az összesített adatok alapján látszik, hogy messze a legnagyobb kihívást a vállalkozások számára a magas működési költségek jelentik. A kamara ezen a területen elsősorban azokkal a jó megoldásokat népszerűsítő, a pályázati forrásokat, támogatásokat és lehetőségeket (Társasági Adókedvezmény igénybevétele, Energiahatékonysági Kötelezettségi Rendszer, energiaaudit) ismertető előadásokkal, az információk folyamatos közvetítésével tud segíteni, amelyekre már a korábbiakban is nagy hangsúlyt fektettünk.

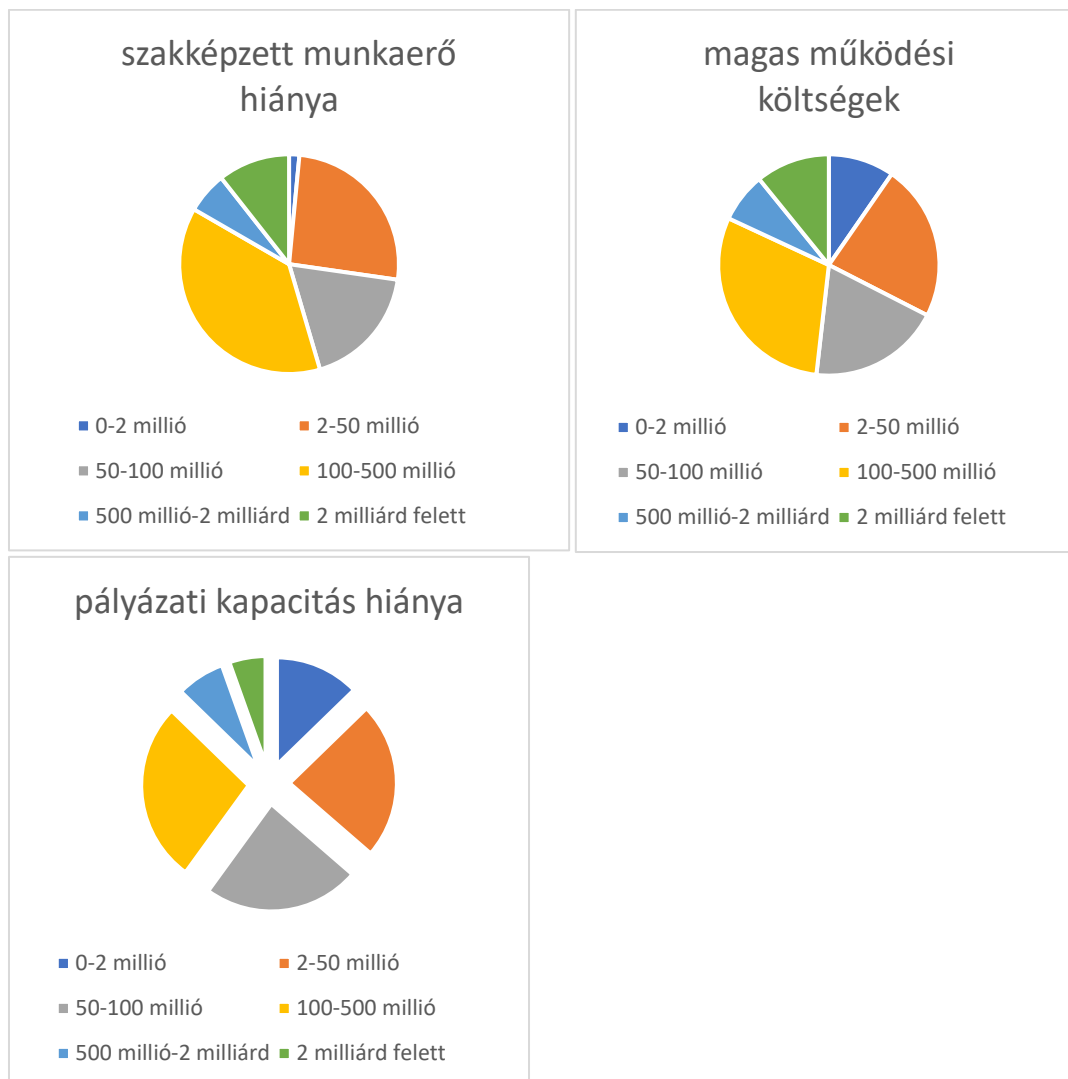
A következő két, nagy kihívást jelentő terület, a szakképzett munkaerő és a pályázati kapacitás hiánya. A szakképzett munkaerő tekintetében a kamara elsősorban a szakképzés-felnőttképzés lehetőségeit érintően tud komolyabb támogató szerepet vállalni, míg a pályázati kapacitáshiány orvoslása tekintetében főként regionális és országos szakmai együttműködések kialakításával lehetne további lépéseket tenni.

A kérdőív 5. fejezetében részletesebben elemezzük a válaszadó vállalkozások képzési igényeit, ebből kiderül, hogy a dolgozók szakmai tudásának fejlesztését, bővítését 84 százalékuk tervezi, így még nagyobb jelentőségűnek értékelhető ezen a téren az a kihívás, amellyel a vállalkozásoknak szembe kell nézniük.

Amennyiben megnézzük, hogy az árbevételi sávok alapján mely vállalkozások jelölték meg ezt a területet kihívásként, látható, hogy a kisebb vállalkozások kivételével (melyek nagyobb része egyéni vállalkozás, így a szakképzettség megléte a vállalkozás indításának, működésének alapfeltétele), nagyjából minden vállalkozásnagyság esetén azonos mértékben jelentkezik ez a probléma.



A három leghangsúlyosabb terület megoszlása az ezt megjelölő válaszadók árbevétele alapján:



A pályázati kapacitás hiánya a kitöltők mintegy egyharmadánál jelentkezik kihívásként. Ez a probléma valamennyi vállalkozástípust érint. Általánosnak mondható tendencia mind a legnagyobb, mind pedig a legkisebb vállalkozások esetében, hogy eleve kevésbé bíznak a pályázati forrásokhoz jutás lehetőségében. *(bővebben a 26. kérdésre adott válaszok elemzésénél).* Fontosnak tartjuk kamarai oldalról a pályázati lehetőségekkel kapcsolatos információk közvetítésének folytatását, bővítését, ugyanakkor olyan kölcsönösen előnyös kapcsolatépítési lehetőségek feltérképezését a potenciális pályázatíró cégekkel, amelyek helyben is lendületet adhatnak ennek a tevékenységnek.

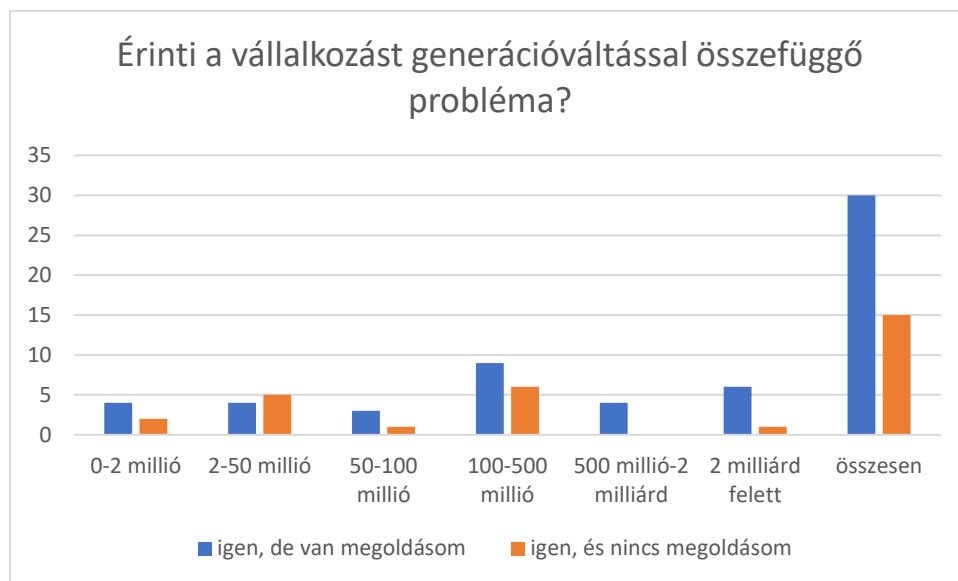
A legnagyobb kihívások között a válaszadók több értékesítéssel kapcsolatos problémát is viszonylag nagyobb súlyúként jelölték meg (20-30 százalék). Ezek a problémák különösen a szűkülő értékesítési lehetőségekkel, a konkurencia jelenlétéből fakadó éles versenyhelyezettel és az alacsony árbevétellel állnak összefüggésben. Az első kettő gyakorlatilag egyenletesen jelentkezik minden vállalkozói körnél, míg az alacsony árbevétel problémája inkább a kisebb vállalkozásokra jellemző, vélhetően amiatt, mert kevésbé tudják érvényesíteni áremelési szándékukat partnereikkel szemben.

Kamaránk ezeknek a kihívásoknak a kezelése érdekében a releváns piaci információk megismertetése és az érintett szereplők közötti rendszeres párbeszéd kialakulása céljából örömmel adna helyet vállalkozói klubok működtetésének. Az ilyen jellegű szerveződések a különböző piaci szegmenseket érintő üzleti ajánlatok, kapcsolatépítési, együttműködési lehetőségek közvetítésével járulhatnak hozzá a helyi vállalkozói szféra segítéséhez.

A finanszírozási, hitelhez jutási kérdésekben továbbra is a kamaránál elérhető, folyamatosan bővülő Széchenyi Kártya konstrukciók nyújthatnak segítséget.

<b>Részletes adatok arról, hogy a különböző kihívások hogyan érintik a vállalkozásokat árbevételi nagyságrendek szerint</b>							
	0-2 millió	2-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió-2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
magas működési költségek	8	19	16	25	6	9	83
szakképzett munkaerő hiánya	1	17	12	25	4	7	66
pályázati kapacitás hiánya	7	13	13	15	4	3	55
szűkülő értékesítési lehetőségek	6	11	3	13	3	8	44
adminisztrációs kötelezettségek	3	18	5	7	1	7	41
konkurencia, éles versenyhelyzet	2	9	4	11	2	9	37
alacsony árbevétel	8	15	2	6	1	2	34
hitelhez/támogatáshoz jutás lehetősége	6	5	12	2	3	2	30
saját tőke hiánya	2	8	6	7	1	1	25
eszközök hiánya, elavultsága	4	3	4	6	1	1	19
likviditási problémák		4	4	6	2	1	17
piaci információk hiánya	4	3		5	1	1	14
új technológiák ismeretének hiánya	1	1	1	3			6
vezetői kompetenciák hiánya		1		1		1	3

## Érinti a vállalkozást generációváltással összefüggő probléma? (23. kérdés)



Amennyiben a generációváltással kapcsolatos problémakört nézzük, a számszerű adatok szerint a válaszadók mintegy 27 százalékát érinti ez a kérdés, és kétharmaduk szerint van is megoldásuk a vállalkozás továbbvitelére. Kevesebb mint 10 százalékot tesz ki az a vállalkozói kör, akik megoldást keresnek a generációváltás kezelésére, azonban térségi szinten mégis indokolt lehet ezzel a témával foglalkozni. Kamarai oldalról fontosnak tartjuk, hogy lehetőséget tudjunk teremteni az érintettek számára legalább az országos programokba történő bekapcsolódásra.

## Ha nincs megoldásuk a generációváltással kapcsolatos problémára, mi jelenti a legnagyobb kihívást? (24. kérdés – több válasz is megjelölhető volt)

	0-2 millió	20-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió-2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
nincs megfelelő szakképesítéssel rendelkező átvevő	1	5	1	1	0	1	9
nincs jelentkező a vállalkozásra	2	0	0	1	0	0	3
nincs rokon kapcsolat, aki folytatná a vállalkozást	0	2	1	4	0	1	8
nincs megfelelő ár-érték arányú ajánlat a cégre	0	0	1	2			3

**A közeljövőben milyen fejlesztéseket terveznek? – 25. kérdés, több választ is megjelölhettek**

	0-2 millió	2-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió-2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
eszközbeszerzés	11	26	22	20	4	11	94
szakmai képzés, továbbképzés	8	18	5	18	2	8	59
IT-fejlesztés	2	15	4	11	0	8	40
energetikai korszerűsítés	0	7	8	10	5	7	37
ingatlanvásárlás, korszerűsítés	2	9	8	7	4	6	36
technológia-fejlesztés	3	6	10	8	2	5	34
semmilyen	4	12	7	5	1	2	31
piac- és marketingfejlesztés	3	5	2	13	2	5	30
zöldenergia felhasználás	1	3	5	9	2	5	25
tevékenységi kör bővítés	2	10	2	6	3	1	24
környezetvédelem	0	1	2	8	1	5	17
kutatás-fejlesztés	0	2	0	2	2	2	8

Bíztható, hogy a kérdőívet kitöltő vállalkozásoknak mindössze 18 százaléka nyilatkozott úgy, hogy semmilyen fejlesztést nem kíván megvalósítani a közeljövőben. Ez azt jelenti, hogy a válaszadók több mint 80 százaléka fontosnak tartja a folyamatos fejlődést.

A tervezett fejlesztések meghatározó része eszközbeszerzésre irányul annak ellenére, hogy a kihívások között nem jelent meg kiemelt helyen az elavult eszközök, illetve az eszközhány problémája. Ez a fejlesztési szándék mégis minden vállalkozói kört közel azonos arányban érint. Ahogy már fentebb jeleztük, a munkavállalók szaktudásával kapcsolatos kihívásokra adott válasz a vizsgált minta harmadánál markánsan megjelenik a szakmai képzések, továbbképzések tervezett indításaként.

Az IT-fejlesztés igénye jócskán elmarad az előző kategóriáktól, mindössze a megkérdezettek 24 százaléka tervez lépéseket tenni ezen a területen. A számok jól mutatják, hogy még a különböző vállalkozási nagyságrendek közötti eltérések sem rajzolnak ki egy követhető trendet.

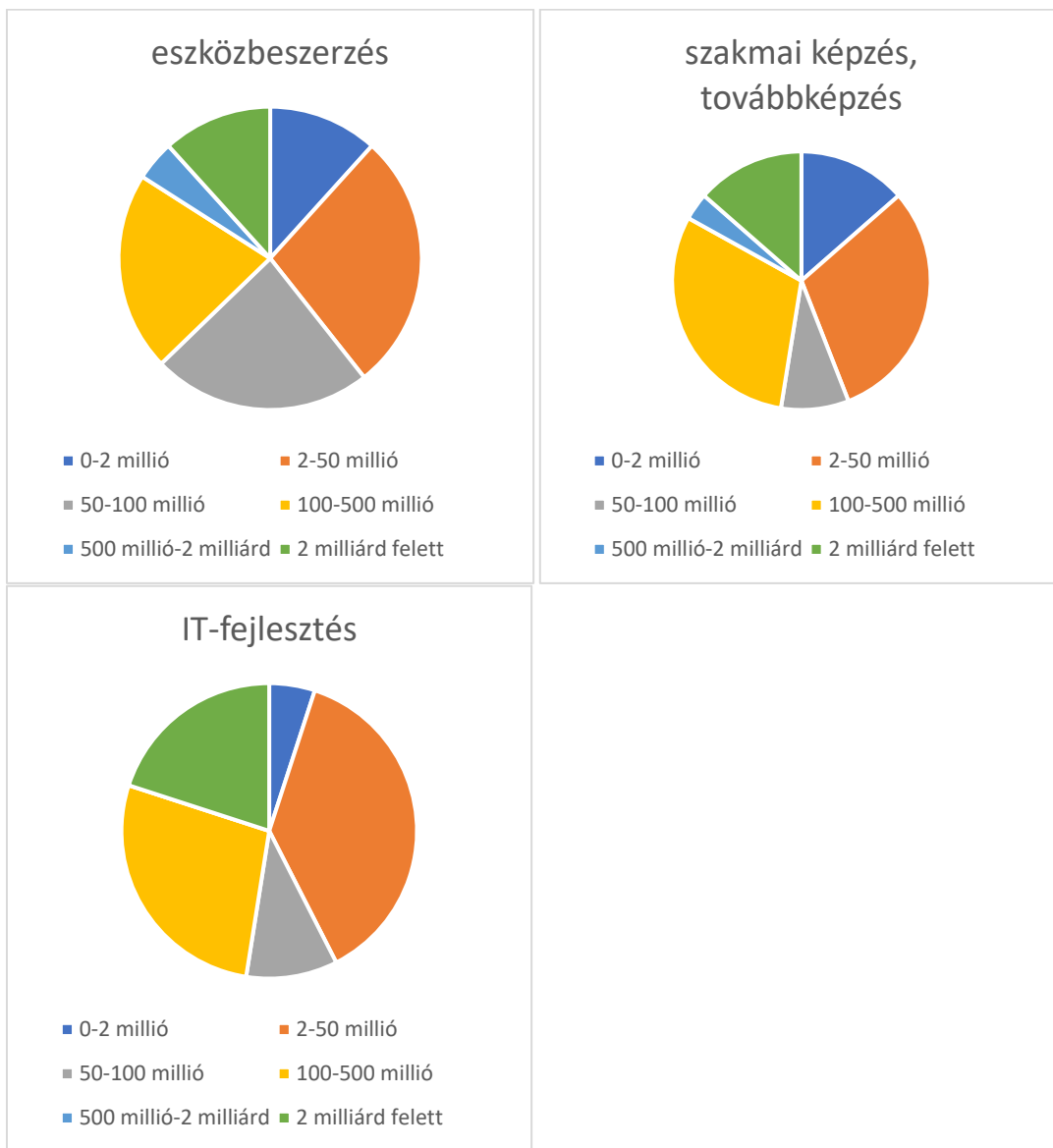
A környezetvédelem területe a felmérés tükrében ugyancsak elszomorító képet mutatna, ha nem vizsgálnánk vele együtt még néhány szorosan kapcsolódó területet úgy, mint az energetikai korszerűsítés-, a zöldenergia felhasználás-, a technológia-fejlesztés és az ingatlanvásárlás, korszerűsítés igényét. Tágabb megközelítésben még az eszközbeszerzésnek is lehet ilyen vonatkozása, hiszen ezek mind hatást gyakorolhatnak a környezet terhelésére. Mindezek összesített aránya (az eszközbeszerzés nélkül) már eléri a 68 százalékot.

A kérdőíves felmérés is visszaigazolta azt a tényt, hogy a vállalkozások közül csak kevesen foglalkoznak kutatás-fejlesztéssel. Sajnos ez egy országos jelenség, ami összefügg ennek a területnek az utóbbi években jellemző folyamatosan változó támogatásával, irányításával.



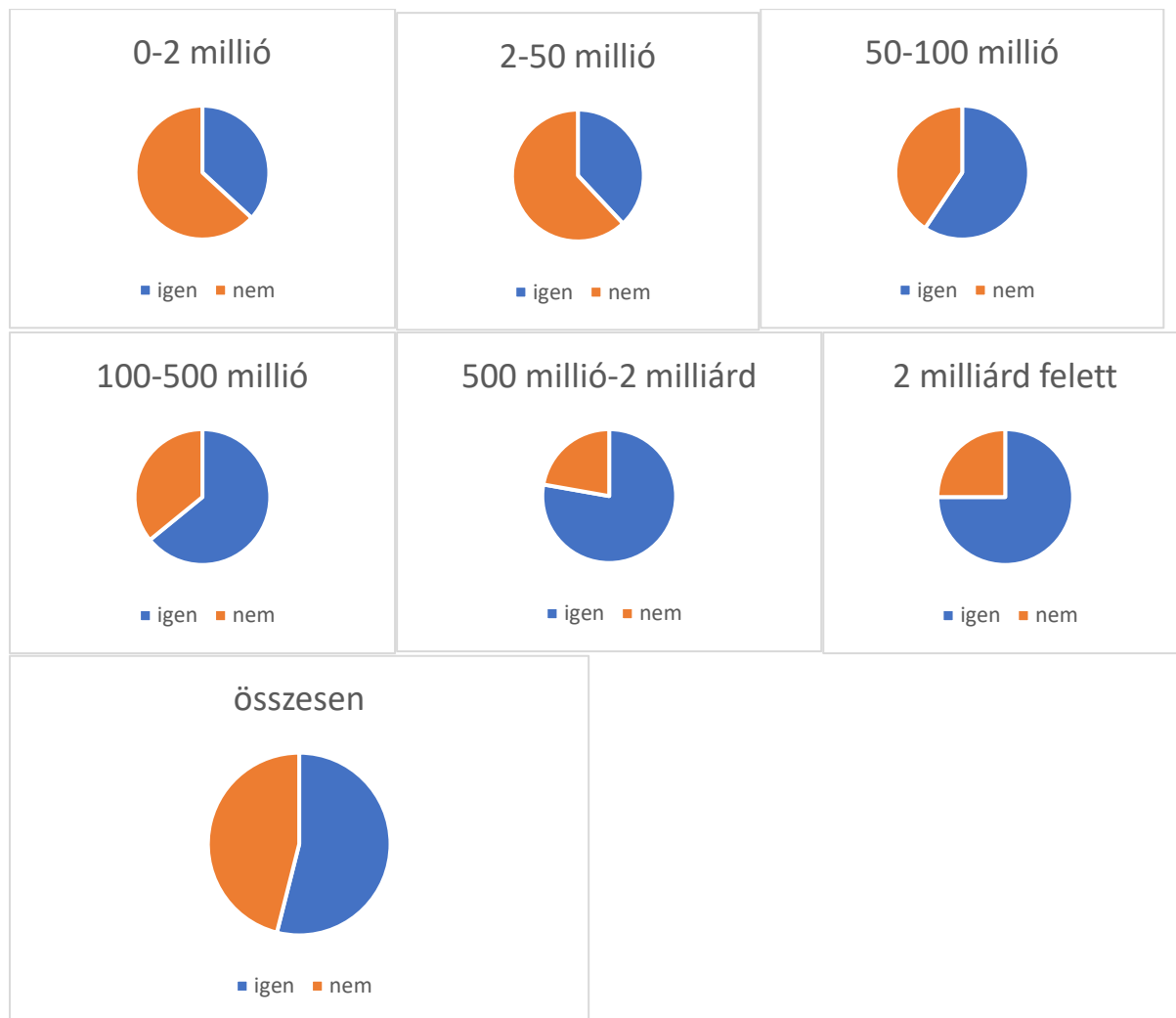
Ennek az arálynak a növekedését mindenképpen célszerű ösztönözni, melynek szükségességét kamarai oldalról is igyekszünk közvetíteni a döntéshozók felé.

A három leghangsúlyosabb terület megoszlása az ezt megjelölő válaszadók árbevétele alapján:



## Tervezik-e pályázati forrás igénybevételét? (26. kérdés)

Válaszok megoszlása árbevétel alapján:



Pályázati források bevonását a megkérdezettek több mint fele tervezi. Az árbevétel szerint kialakított szervezeti kategóriák vizsgálata alapján azonban az tapasztaltuk, hogy minél tőkeerősebb egy vállalkozás, annál könnyebben juthat pályázati forráshoz. Az egyre nagyobb százalékos arányt mutató diagramok és a személyes interjúk eredményei egyértelműen igazolták, hogy jellemzően azok tervezik pályázati források igénybevételét, akiknél már eleve rendelkezésre áll egy komolyabb pályázati tapasztalat, az ehhez szükséges pályázatíró kapacitás, és a kapcsolódó feltételek biztosításának a lehetősége (önerő, biztosíték, apparátus stb.).

A pályázatok döntő többségével az EU, a kormányzat, az önkormányzatok, ill. más kiírók célja elsősorban a kkv-k erősítése, azonban látszik, hogy ez annál kevésbé teljesül, minél kisebb egy vállalkozás. Fentebb leírtuk (22. kérdés, kihívások, pályázati kapacitás hiánya), milyen módon segítheti a kamara az ilyen kapacitáshiánnyal küzdő, elsősorban mikro- és kisvállalkozásokat.



## Tervezik-e vállalkozásfejlesztési hitel, mint forrás bevonását? (27. kérdés)

Válaszok árbevétel alapján:

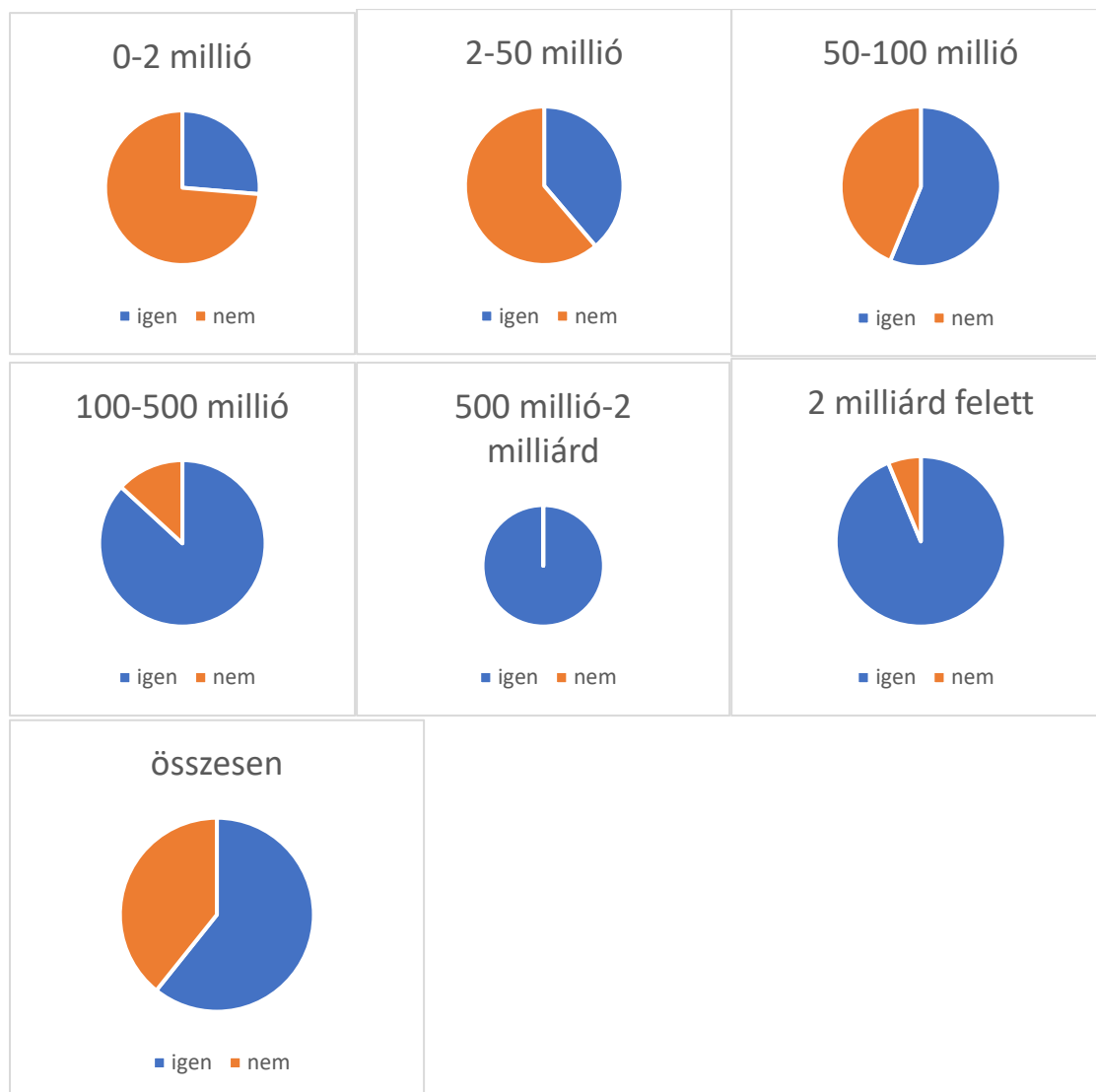


A vállalkozásfejlesztési hitelek igénybevételi szándéka esetén nem követhető az előbbi ponthoz hasonló egyértelmű trend. Jellemző, hogy elsősorban a közepesnek nevezhető vállalkozások esetében mutatkozik (válaszadóink között) ötven százalékhoz közelítő arány. Az aktuális gazdasági helyzetben vélhetően ők tudnak ilyen hitelhez jutni, és azt biztonsággal ki is gazdálkodni, a kisebbek közül kevesebben látnak erre esélyt. Az 500 millió forintos árbevételt meghaladó cégeknek vélhetően nagyobb aránya tudja a tervezett fejlesztéseit más, kedvezőbb forrásból, vagy saját tőkéből finanszírozni.

Ezzel együtt kamarai oldalról továbbra is fontosnak tartjuk a kedvezményes hitellehetőségek minél szélesebb körű népszerűsítését, az információk hatékonyabb eljuttatását minden érintett célcsoport számára.

## Rendelkezik-e a vállalkozás weboldallal? (28. kérdés)

Válaszok árbevétel alapján:



Weboldallal mintegy 64 százaléka rendelkezik a megkérdezett vállalkozásoknak, ez igazodik az országos átlaghoz, és az EU átlagához is. Mindez nem jelenti azt, hogy nem lenne szükség ezen a téren is előrelépésre. Még ha a mikro vállalkozások esetében nem is minden esetben indokolható egy saját weboldal léte, legalább a közösségi médiában való jelenlétük már egy magasabb arányt képvisel. A mikro- és kisvállalkozások jellemzően ezeket a közösségi felületeket használják saját honlap helyett. Ez egy jól működő megoldásnak bizonyul tekintettel arra, hogy esetükben a személyes kapcsolatoknak, partnerségeknek, hirdetési megoldásoknak nagyobb a jelentősége. Egy bizonyos méret fölött azonban nehezen indokolható a weboldal hiánya. Sok esetben a kényelmesség, a valódi arculat, vagy a közvetíteni kívánt marketing üzenetek hiánya, esetleg a konkurenciától való félelem okozza, hogy nem indítanak el weboldalfejlesztést.

## Aktív-e a vállalkozás a közösségi médiában? – 29. kérdés (válaszok árbevétele alapján)



A közösségi média használata erősnek mondható a megkérdezett vállalkozások körében. Itt nincsenek akkora különbségek a cégméret alapján, mint a vállalati honlapok esetében. Sokkal inkább a tevékenység, a vevőkkel, partnerekkel, munkatársakkal való kapcsolattartás jellege, vagy akár más tényezők (akciók, programszervezés, közösségi, társadalmi szerepvállalás – CSR, környezetvédelem, körforgásos gazdaság, egészséges életmód iránti elkötelezettség) határozzák meg.



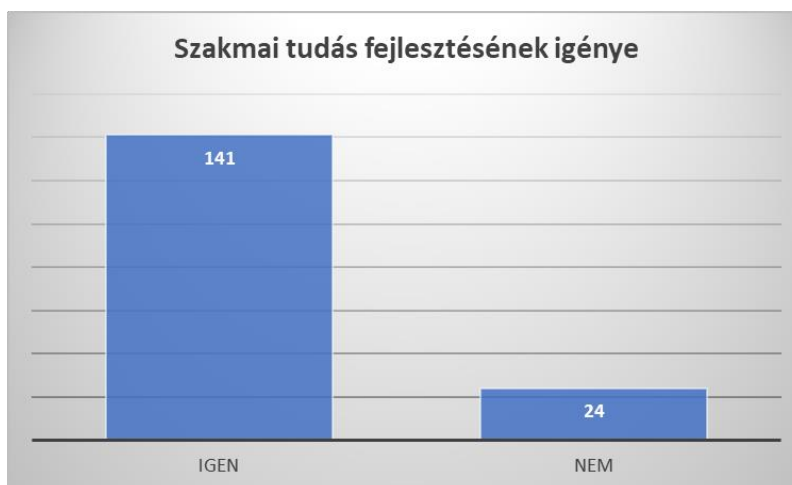
Ahogy fentebb írtuk, sok esetben a közösségi felület a weboldalt helyettesítheti, emellett hatékony kiegészítő megoldást is jelent az aktuális hírek, akciók, kedvezmények, nyitott pozíciók, események, vagy a nyitvatartás változásainak közvetítésére. Ezen túl a közösségi oldal lehetőséget biztosít közösségépítésre, és ennek a közösségnek az aktuális történésekhez igazodó aktivizálására is. Tehát jól hasznosítva nagyon hatékony eszközzé válhat a vállalkozások számára, azonban megfelelő működtetése speciális tudást, gyakorlatot, sok odafigyelést, napi munkát igényel, nem véletlen, hogy itt is a nagyobb vállalkozások vannak előnyösebb helyzetben. Látható, hogy a válaszadó 500-2 milliárd forintos árbevételű cégek mindegyike aktív a közösségi médiában.

Kamaránk az elmúlt években rendszeresen tartott a közösségi média használatával, az ottani hirdetésekkel, az online marketing jellegzetességeivel kapcsolatos előadásokat, melynek célja a hatékony média megoldások népszerűsítése mellett a helyes használatuk ismertetése. Ezt a tájékoztatást a jövőben is fontos feladatunknak tartjuk.

## KÉPZÉSI IGÉNYEK

### **Szükségesnek tartja-e vállalkozása dolgozói szakmai tudásának fejlesztését/továbbképzését? (30-31. kérdés)**

Az előző részben megjelölt fő fejlesztési irányok között a kérdőívet kitöltő vállalkozások 36 százaléka nyilatkozott úgy, hogy tervezi valamilyen szakmai képzés, továbbképzés megvalósítását az elkövetkező időszakban.



Arra a kérdésre, hogy szükségesnek tartják-e a dolgozóik szakmai tudásának fejlesztését, bővítését 84 százalékos volt az „igen” válaszok aránya. A nemleges választ jellemzően olyan mikrovállalkozások, vagy egyedi helyzetben lévő kisvállalkozások választották, ahol a tevékenység speciális jellege, vagy tartalma miatt nincs szükség a meglévő szakmai tudás szervezett bővítésére.

## Milyen jellegű humánerőforrás-fejlesztést igényelne a vállalkozás? (32. kérdés)

A konkrét fejlesztési szükségletek megoszlásának jellege már sokkal árnyaltabb képet mutat:



A legnagyobb arányban a speciális szakmai ismeretek fejlesztésének szükségességét fogalmazta meg a választ adó vállalkozások közel fele. Ez az igény jól tükrözi az elmúlt időszakban rohamosan gyorsuló technológiai, piaci változások hatását, hiszen a megfelelő lépéstartás elmaradása komoly üzleti hátrányt jelenthet a jövőre nézve.

Ezt követi a digitális kompetenciák fejlesztése iránti igény, míg a harmadik leggyakoribb szükséglet a vezetői készségek fejlesztésére irányul. Többen is fontosnak tartják emellett a gazdasági- pénzügyi, valamint a marketing ismereteik bővítését, valamint a szakmai jellegű képzések és továbbképzések megvalósítását, továbbá az online értékesítéshez kapcsolódó ismeretek megszerzésének szükségességét is egyre jobban felismerik az érintett vállalkozások.

A piacbővítésre irányuló tudás iránti igények csak mérsékelt arányban kerültek megfogalmazásra, így a választ adó vállalkozások alig 10 százaléka tervezi a termékfejlesztéshez, piacfejlesztéshez és -kutatáshoz, valamint a külpiaci kapcsolataik hatékony építéséhez szükséges ismereteik fejlesztését. A beszállítói feladatokat ellátását segítő ismeretek megszerzése iránt is csak minimális érdeklődés mutatkozott a megkérdezettek körében.

## Amennyiben a vállalkozásban szakmai továbbképzésre, átképzésre van szükség, kérjük nevezze meg, mely szakmá(k)ról, vagy szakterületekről van szó konkrétan! (33. kérdés)

A mintában szereplő vállalkozások közül 71 fogalmazott meg konkrétabb szakirányt, vagy szakterületet a továbbképzések irányait illetően, volt, aki több területet is megjelölt. Ezek megoszlása az alábbiak szerint alakul:



A személyes egyeztetések alkalmával jelzett képzési formák nagyon vegyes igényeket mutatnak: a rövidebb készségfejlesztő tanfolyamoktól és tájékoztató előadásokon való részvételtől egészen a felsőoktatási intézményi beiskolázásig terjednek. A jelzett szükségletek pontosabb meghatározása további szélesebb körű szakmai egyeztetéseket igényelnek a térség érintett szereplői körében. A megvalósítást jelentős mértékben befolyásolja az egyes képzési formák forrás- és időigénye, kamarai szervezésű elérhetővé tételük lehetősége.

Első körben kamarai oldalról azokra a szakmai információs igényekre célszerű fókuszálni, amelyek több szakterület oldaláról is megfogalmazásra kerültek, mint pl. a digitalizációval és a gazdálkodási- és menedzsment ismeretek bővítésével összefüggő aktuális piaci tartalmak közvetítése.

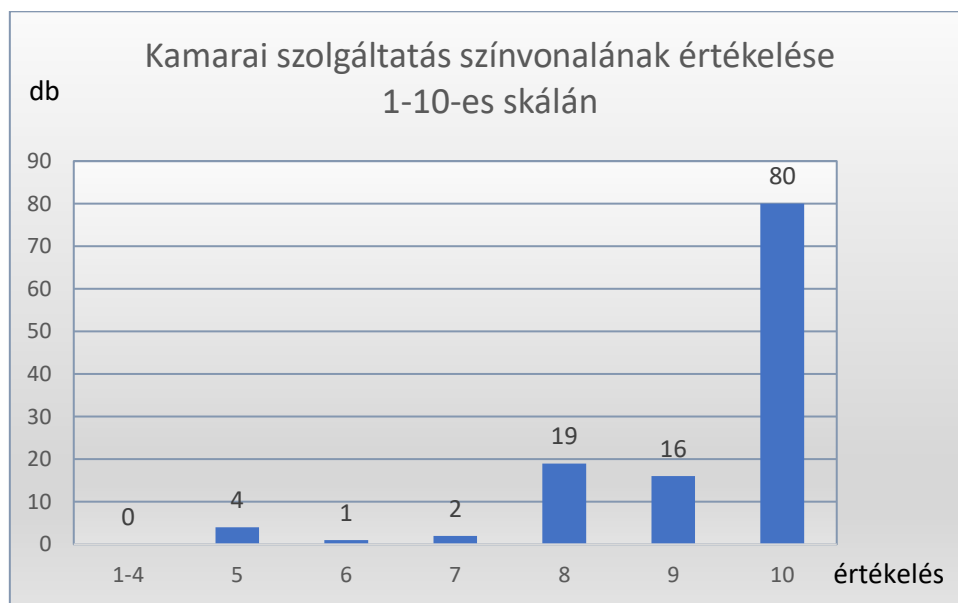
Az egyes szakterületek speciális fejlesztési igényeinek tartalmi egyeztetését és pontosítását követően a következő időszak kamarai feladatai között kiemelt szerepet kaphat a releváns szakmai tájékoztató fórumok, rendezvények rendjének kialakítása és lehetőség szerinti működtetése.

### **Rendelkezik-e felnőttképzési akkreditációval? Tervezik-e ilyen megszerzését 1-3 éven belül? (34-35. kérdés)**

Mivel a megkérdezett cégeknek mindössze 8 százaléka rendelkezik önálló felnőttképzési akkreditációval, és 90 százalékuk egyáltalán nem is tervezi saját szervezésű felnőttképzési tevékenység folytatását a jövőben, ezért várható, hogy kiemelt jelentősége lesz azoknak a kamarai programoknak, amelyeket elérhető feltételek mellett tudunk kínálni, vagy közvetíteni számukra a jelzett témakörökben.

## KAMARAI SZOLGÁLTATÁSOKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK (36-40. kérdés)

Arra a kérdésre, hogy „igénybe vettek-e már valamilyen szolgáltatást a Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamarától” a megkérdezett vállalkozásoknak mindössze 5 százaléka adott egyértelmű nemleges választ. Az igénybe vett szolgáltatás minőségét összességében 80 százalék feletti elégedettségi szinten értékelték a válaszadók.



Azzal kapcsolatban, hogy „mi lenne az a kamarai szolgáltatás, amely megítélésük szerint tényleges segítséget jelentene a vállalkozásuk számára” a megkérdezetteknek csak alig 6 százaléka adott valamilyen választ. Ezek között a leggyakoribb igény a pályázati tanácsadásra vonatkozó szolgáltatást célozza, amely a pályázatfigyeléssel kapcsolatos általános információk szolgáltatásán túl főként a pályázati lehetőségek célzott összefogására és a pályázatok megírásának és menedzselésének segítésére irányul. Ennek az igénynek a kielégítésére városi kamarai hatáskörben egyelőre nincsenek megfelelő kapacitásaink és erőforrásaink.

A szolgáltatási igények között kiemelt hangsúlyt kapott a már részben most is megvalósuló gazdasági- és jogi tanácsadási tevékenység intenzitásának és hatékonyságának növelése, az aktuális témaköröket érintően. Emellett megemlítsre került a bel- és külföldi piacra-jutás támogatásával és a forgalom növelésével összefüggő tanácsadás, a székhelyszolgáltatási tevékenység ellátásának, valamint a térségi beszállítói kör erősítésének a felvetése.

A releváns kérdésre válaszolók 40 százaléka nyilatkozott úgy, hogy hasznosnak tartaná a részvételt a szakterületüket érintő helyi fórumokon, klubrendezvényeken, azonban ezeknek a szakterületi tartalmaknak a konkretizálására nem kaptunk érdemi választ a mintavétel során.

**Részt venne-e biodiverzitással, környezetvédelemmel és zöldítéssel kapcsolatos fórumokon, programokon?** (41. kérdés – több válasz is bejelölhető volt, adatok a válaszadók árbevétele alapján)

	0-2 millió	2-50 millió	50-100 millió	100-500 millió	500 millió-2 milliárd	2 milliárd felett	összesen
Igen – a téma a vállalkozás tevékenységi körébe tartozik	1	5	0	3	2	2	13
Igen – tervezett/már meglévő társadalmi felelősségvállalás program kapcsán	3	3	1	4	1	2	14
Igen – tervezett/már meglévő fenntarthatósági program kapcsán	2	1	0	4	0	4	11
Igen – duális képzési programmal/munkaerő utánpótlással/munkaerő képzéssel kapcsolatos tevékenységek kapcsán	4	6	3	5	1	2	21
Igen – egyéb kapcsán	1	11	3	8	0	2	25
Nem	8	24	22	18	4	5	81

Az EU URBACT IV. program keretében Dunaújváros MJV sikeresen pályázott a BiodiverCity projekt keretében, így bekerült a tíz európai város együttműködését, információ- és tudáscseréjét megvalósító szemléletformálást és figyelemfelhívást, valamint akciótervet és egy konkrét programot támogató projektbe, vezető projektpartnerként. A fókuszterület a városi biodiverzitás fokozása, a fenntartható, természetalapú zöld város koncepciójának megalkotása. A program sikeréhez nagyban hozzájárulhat a helyi vállalkozások bevonása, ugyanakkor a vállalkozások számára is előnyöket (hatékonyabb gazdálkodás a zöldterületeikkel, élhetőbb környezet, társadalmi szerepvállalás megjelenítése stb.) jelenthet a kapcsolódás, akár a külföldi tanulmányutakon való részvétel. Kamaránk szerepe a projektben a vállalkozásokkal való kapcsolattartás, hatékony bevonásuk lehet, ehhez a kamarai érdekekhez igazodó kommunikációs megoldásokra van szükség.

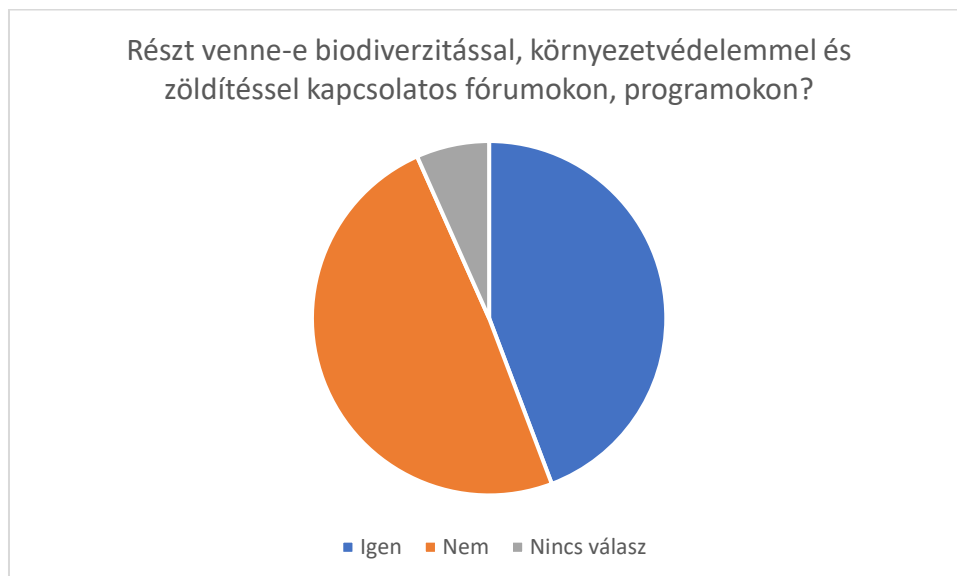
A projektbe bekapcsolódva – annak vezetésével egyeztetve – tettük be ezt a kérdést kérdőívünkbe. Emellett ez a kérdés arra is lehetőséget biztosított, hogy felmérjük: milyen az érdeklődés a térség vállalkozói között a társadalmi felelősségvállalási programok, a fenntarthatóságot szolgáló zöld megoldások, a környezetvédelem, illetve ehhez kapcsolódva a duális képzési programmal/munkaerő utánpótlással/munkaerő képzéssel kapcsolatos tevékenységek iránt.

A fenti táblázatban szereplő adatok, mivel több válaszlehetőséget is be lehetett jelölni, arra szolgálnak tájékoztatásul, hogy a különböző árbevételei kategóriákba sorolt vállalkozások mely területek iránt elkötelezettek, illetve jelenleg nem érdeklődnek ilyen programok iránt.





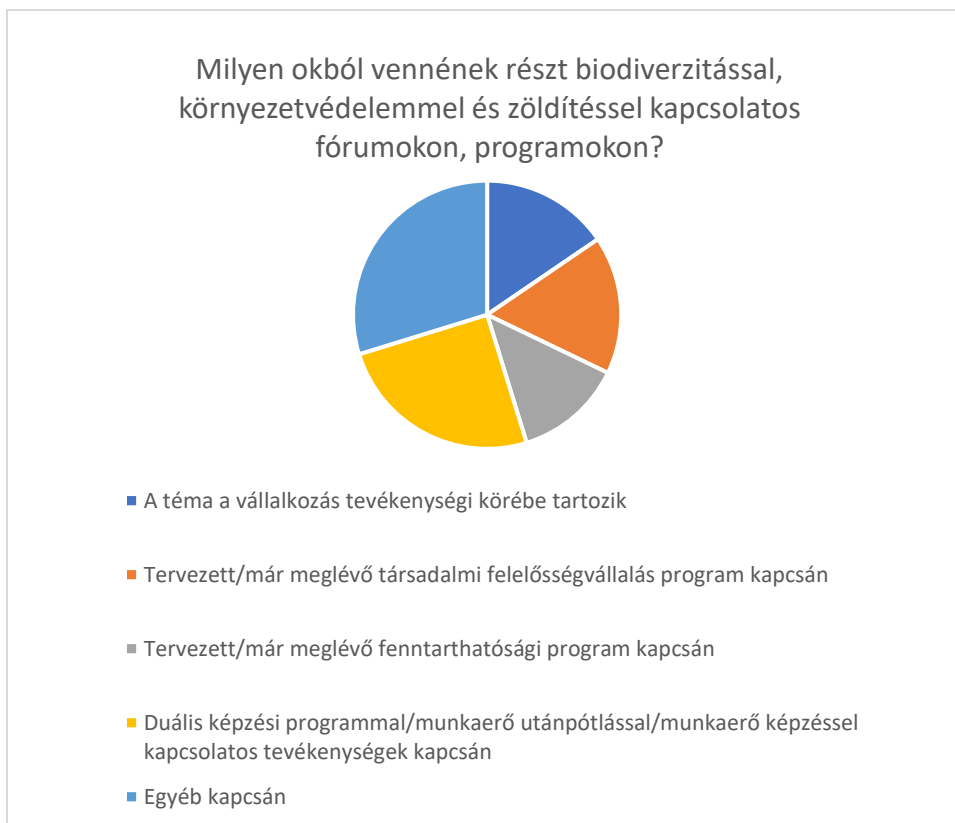
Az adatok elemzéséhez kigyűjtöttük az összes igen választ, a nem válaszokat, illetve a választ nem adó (mivel számuk itt, gyakorlatilag eldöntendő kérdéshez mérten, meglehetősen magas volt) vállalkozásokat. Ezt mutatja alábbi első táblázatunk:



A válaszadó vállalkozások 44 százaléka valamilyen módon érdeklődik a téma iránt. Ez az arány – tekintettel arra, hogy nem közvetlenül a vállalkozás működésének azonnali megtérülését vagy az eredményesség javítását célzó tevékenységhez kapcsolódik – kifejezetten magasnak mondható. Ha pedig hozzáadjuk azokat a vállalkozásokat, akik most még nem adtak választ, de feltételezhetően a későbbiekben meggyőzhetőek, úgy már több mint ötven százalékot tesz ki az elérhető szervezetek aránya.

Kamaránk tehát – a válaszok alapján – erős felhatalmazással vehet részt ilyen jellegű programokban, azok közvetítésében, alakításában. Mivel ez a terület sok szereplő (önkormányzat, intézmények, itt élő állampolgárok, civil szervezetek, vállalkozások) együttműködésével tud eredményeket felmutatni, kamaránk számára is fontos, hogy PR és CSR megoldásokkal is jól dokumentált módon, ugyanakkor valós együttműködéseket építve vegyen részt a folyamatokban.

Az alábbi táblázatunkban az igen választ adók megoszlását mutatjuk az egyes kapcsolódási okok szerint. Mivel a válaszadók több lehetőséget is megjelölhettek, az ábra a fókuszterületek iránti érdeklődés nagyságát jelöli. A legnagyobb „fókuszterület” az „egyéb”, tehát már megmutatkozik az érdeklődés, de az irány meghatározásában lehetőséget kaphatnak az egyes konkrétan induló projektek.



## Összegzés:

Az előzőekben ismertetett kérdőíves felmérésből nyert információkat összességében rendkívül hasznosnak tartjuk, mivel reálisan kijelölik azokat az irányokat, amelyek mentén érdemes fejleszteni, bővíteni a vállalkozásokat támogató kamarai szolgáltatások tartalmát, valamint a helyi együttműködések erősítését.

Összhangban a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara vállalkozásfejlesztési elképzeléseivel és tervezett programjaival, valamint a jelen elemzésből fakadó következtetésekkel, a következő időszakban helyi szinten is nagyobb hangsúlyt kívánunk fektetni az alábbi tevékenységek megvalósítására:

- **Külgazdasági információk célzott közvetítése, részvétel ösztönzése az aktuális programlehetőségekben,**
- A naprakész gazdasági és jogi információk közvetítése mellett az aktuális ágazatspecifikus szakmai tartalmak és az innovatív megoldások bemutatását célzó lehetőségek biztosítása előadások és vállalkozói klubfoglalkozások keretében,
- A kezdő vállalkozások elindulásának segítése,



- A pályázati és a felnőttképzési igények, szükségletek folyamatos figyelemmel kísérése, a tanácsadási tevékenység lehetőségeink szerinti bővítése,
- A digitális kommunikációs csatornák, elérési utak és a virtuális üzleti információs lehetőségek népszerűsítése, a vállalkozókkal történő hatékonyabb kamarai kapcsolattartás formáinak kialakítása,
- **A helyi gazdaság érdekeit szolgáló programok, együttműködések erősítése.**

A kérdőíves felmérés során fókuszba került témakörökön túl természetesen továbbra is folyamatosan várjuk a helyi vállalkozások jelzéseit, konkrét igényeit mindazokban a kérdésekben, amelyek megoldásához kamarai oldalról segítséget várnak.

Dunaújváros, 2024. 03. 13.

Hegyiné Tóth Noémi  
titkár  
Dunaújvárosi Kereskedelmi és Iparkamara

