

OTDK-dolgozat

2023

PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR



FIATAL VÁLLALKOZÁSOK BEFEKTETÉSHEZ JUTÁSA
ACCESS TO INVESTMENT FOR YOUNG BUSINESSES

Cser Fanni

Konzulens: Dr. Dániel Zoltán András, Mészáros Péter

Kézirat lezárásának dátuma: 2021.11.24.

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	5
2.	A TÉMÁHOZ KAPCSOLÓDÓ ELMÉLETI HÁTTÉR	6
2.1.	VÁLLAKOZÁSOK DEFINÍCIÓJA, JELLEMZŐI	6
2.2.	AZ INNOVÁCIÓ FOGALMI KÖRE	7
2.3.	A STARTUP VÁLLALKOZÁSOK JELLEMZŐI	9
2.4.	VÁLLALKOZÁSOK FINANSZÍROZÁSA	12
3.	A KUTATÁS KÉRDÉSI ÉS A KAPCSOLÓDÓ HIPOTÉZISEK.....	17
3.1.	KUTATÁSI KÉRDÉSEK	17
3.2.	HIPOTÉZISEK.....	18
4.	A VIZSGÁLAT MÓDSZERTANA.....	20
5.	AZ ELEMZÉS EREDMÉNYEI, MEGÁLLAPÍTÁSOK.....	23
5.1.	A KORAI FÁZIS FINANSZÍROZÁSA	23
5.2.	KOCKÁZATI TŐKEBEFEKTETÉSEK	24
5.3.	A BEFEKTETÉSEK JOGCÍMEI.....	24
5.4.	A KORAI FÁZIS LEHETŐSÉGEI	24
5.5.	AZ IPARÁGFÜGGŐSÉG SZEREPE	25
5.6.	A LEGMEGFELELŐBB FINANSZÍROZÁSI FORRÁS.....	26
5.7.	A PITCH BEFOLYÁSOLÓ SZEREPE	27
5.8.	A CROWDFUNDING, MINT ALTERNATÍVA.....	28
5.9.	A KÖZÖSSÉGI MÉDIA SZEREPE	29
5.10.	JÖVŐBELI LEHETSÉGES BEFEKTETÉSEK	30
6.	EREDMÉNYEK ÖSSZEGZÉSE, JÖVŐBELI KUTATÁSI LEHETŐSÉGEK.....	31
	IRODALOMJEGYZÉK	33
	MELLÉKLETEK.....	I
	1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV	II

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra saját szerkesztés: A pénz körforgása a gazdaságban (forrás: N. Gregory Mankiw, Makroökonómia)	6
2. ábra A cleantech kereskedelmi forgalomba hozatala, beleértve a beruházási forrásokat (Bürer és Wüstenhagen (2009) alapján)	13

1. BEVEZETÉS

A dolgozatom a startupok befektetéshez jutásával foglalkozik. A startup szó használata a 2000-es évek elején terjedt el és ezt az időszakot tekinti a szakirodalom a startupok születésének is. Azonban fontos megemlíteni, hogy korábban is léteztek startupok csak nem így nevezték őket. Mivel a tudományos írásokban körülbelül csak 20 éve jelentek meg a startupok, ezért ellentétben a vállalkozásokkal, amelyekkel számos tudományos munka foglalkozik, a startupokról kevesebb kutatás és elemzés létezik. A témaválasztásom időszerűségét tekintve aktuális, hiszen a világ folyamatos változásban van. Ez a változás és változni kényszerülés az élet minden területét áthatja, így a gazdasági életben is fontos kritérium a vállalkozások számára az innovatív ötetekkel való megjelenés a piacon. A startupok egyik fontos jellemzője, hogy valami újítással, illetve valamilyen innovatív ötletből kiindulva jönnek létre. A vállalkozások számára fontos kérdés, hogy milyen finanszírozási igénnyel rendelkeznek az elinduláshoz, illetve az életben maradáshoz, valamint az, hogy ezt a finanszírozási igényt, hogyan és honnan szerzik meg.

A dolgozatom célja, hogy bemutassa a startupok befektetéshez jutási gyakorlata mennyiben különbözik az eddigi tudományos munkákban és elemzésekben leírtaktól. Az alábbi kérdésekre, illetve sok más a gyakorlathoz kapcsolódó kérdésre ad választ a dolgozatom:

Vajon tényleg a szakirodalom által az adott érettségi szakaszokhoz társított befektetőktől kapják meg a vállalkozások a szükséges tőkét? A startupok sikere függ attól, hogy mely iparágban tevékenykednek? Az pitch tényleg befolyásoló tényező a befektető meggyőzésénél?

Ezenkívül a kutatásom során megvizsgáltam azt is, hogy az elmúlt 5 év távlatában a befektetés keresés alternatíváiként létrejött lehetőségek mennyire ismertek és milyen véleményekkel vannak róluk a vállalkozások.

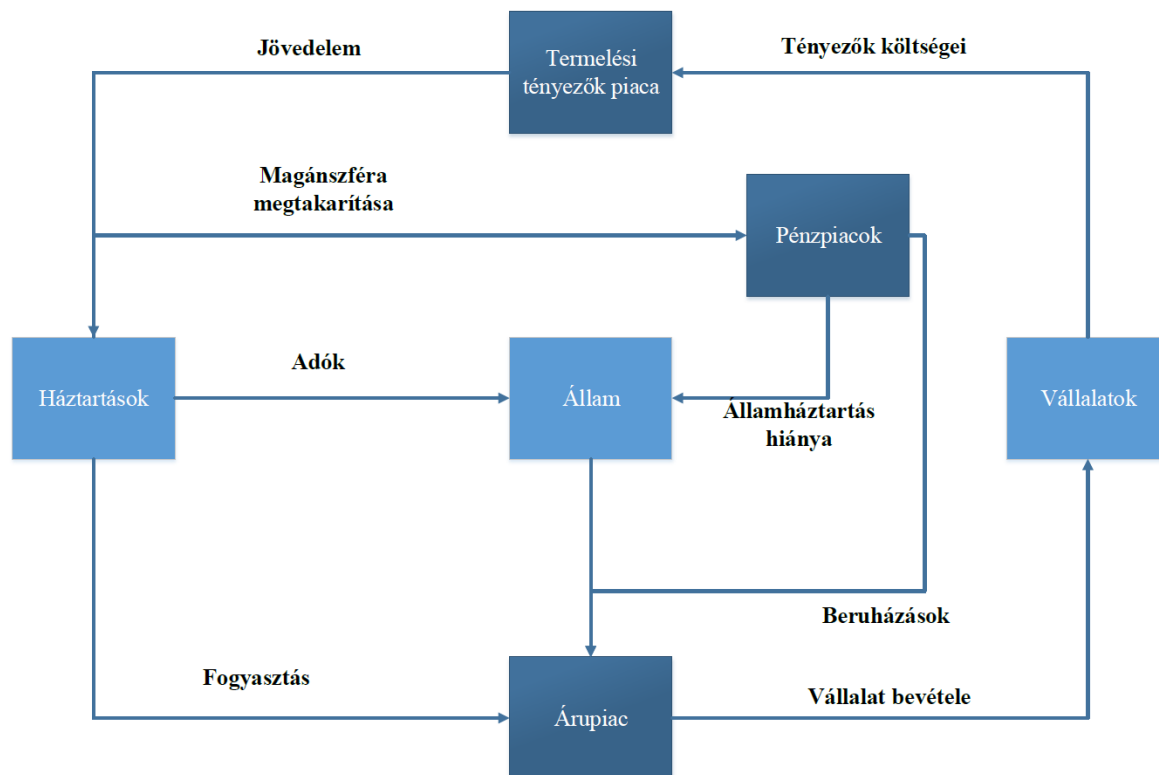
Mivel a startupokhoz a gyors növekedés és változás köthető, ezért előfordul, hogy a szakirodalom még tartalmaz olyan befektetéshez jutási lehetőséget is, amely már elvesztette aktualitását. Ezzel szemben szintén a gyors változáshoz kapcsolódóan létezhetnek olyan befektetés keresési lehetőségek, amelyeket még egy tudományos munka sem említ. Éppen ezért az utolsó kutatási kérdésem az volt, hogy vajon a gyakorlatban már léteznek-e olyan új befektetéshez jutási módszerek, lehetőségek, amelyeket a szakirodalom még nem említett.

2. A TÉMÁHOZ KAPCSOLÓDÓ ELMÉLETI HÁTTÉR

A szakirodalomban a dolgozat témája szempontjából fontos fogalmak kerülnek ismertetésre. Ezek a fogalmak a vállalkozás, innováció, startup és a finanszírozás, amelyek között kapcsolat lelhető fel. A vállalkozások számára fontos az innováció a versenyképességük miatt, a startup egy vállalkozás, amely innovatív ötletre épül, és a vállalkozások számára fontos, hogy milyen forrásból finanszírozzák a tevékenységüket, vagy éppen az elindulásuk.

2.1. VÁLLALKOZÁSOK DEFINÍCIÓJA, JELLEMZŐI

A vállalkozások a gazdaság egyik fontos szereplőjének tekinthetők. Az egyik legfontosabb kapcsolata a gazdasági szereplők közül a háztartásokkal van. Az imént említett gazdasági szereplővel a termelési tényezők piacán, illetve az árupiacon kerül kapcsolatba. A vállalkozások szemében a háztartások termelési tényezőként, munkaerőként vannak jelen, így kiadást jelentenek a vállalkozás számára. A másik oldalról, azaz a háztartásoknak a vállalatok jövedelmet biztosítanak, és a jövedelmük egy részét árukra és szolgáltatásokra költik, amelyeket a vállalkozások állítanak elő. A termékekére és szolgáltatásokra költött jövedelem pedig bevételként jelenik meg a vállalkozások számára. Az előbb leírt kapcsolatot jeleníti meg az 1. ábra.



1. ábra saját szerkesztés: A pénz körforgása a gazdaságban (forrás: N. Gregory Mankiw, *Makroökonómia*)

A vállalkozások gazdaságban betöltött szerepe után térjünk rá, hogy mit is értünk vállalkozás alatt? A szakirodalomban nem találhatunk egységes meghatározást a vállalkozás fogalmára, azonban az elméleti anyagokat áttekintve elmondható, hogy a különböző szerzők által leírt fogalmak tartalmazznak azonos ismérveket.

Chikán (2020) szerint: „Az üzleti vállalkozás olyan emberi tevékenység, amelynek alapvető célja, létének értelme fogyasztói igények kielégítése nyereség elérése mellett. „

„A vállalati történelem szempontjából a vállalatokat olyan szervezeteknek is kell tekinteni, amelyekben az anonim piacra szánt árukat és szolgáltatásokat a szociális munkamegosztás sajátos, haszonelvű formája keretében állítják elő.” (Gerold et al., 2014)

„A vállalkozás folyamat, mégpedig azoknak a tevékenységeknek az összessége, amely az üzleti lehetőség azonosításától a vállalkozási szervezet létrehozásán, működtetésén, sikerein keresztül tart a vállalkozás feladásáig. A vállalkozási folyamatban felismernek egy lehetőséget, létrehoznak valamilyen értéket, ami hasznos a vevők és a létrehozók (egyének, csoportok, szervezetek) és a társadalom számára, függetlenül attól, hogy rendelkezésre állnak-e az ehhez szükséges erőforrások vagy sem.” (Vecsenyi, 2018)

A különböző definíciók alapján elmondható, hogy a vállalkozás összességében egy olyan folyamat, amely keretében a fogyasztók kielégítése az előállított termékekkel és szolgáltatásokkal, amelyeket nyereségszerzés céljából állítanak elő, a szükséges erőforrásokkal. A vállalkozások többféle szempont szerint csoportosíthatóak, megkülönböztethetőek:

- tevékenységi forma szerint (pl.: termelő, szolgáltató
- társasági forma szerint (pl.: korlátolt felelősségű társaság, betéti társaság, részvénytársaság
- tulajdonforma szerint (pl.: állami, magánvállalat
- méret szerint (mikrovállalkozás, kisvállalkozás, középvállalkozás és nagyvállalat)

2.2. AZ INNOVÁCIÓ FOGALMI KÖRE

A vállalkozások hozzák létre a legtöbb innovációt. A gazdasági fejlődés egyik mozgatórugója az innováció. Az innovatív vállalkozások képesek pozitív irányba fejlődni, pl erősíteni a piaci pozíciójukat vagy növelni a cég értékét. Az innováció hazánkban megújulást és folyamatos megújulást jelent. A gazdasági fejlődés egyik kulcsa az innováció, hiszen enélkül nem tudnak megfelelni a környezet folyamatosan változó tényezőihez. A változó tényezők alatt pl. a társadalmi gazdasági fejlődést értjük. Fontos megemlíteni, hogy az innováció hozzájárul az üzleti sikerhez, hiszen az újításokkal, folyamatos fejlődéssel egyre magasabb vevői igényeket lehet

kielégíteni. Ha az innovációról beszélünk fontos megemlíteni, hogy az innováció nem feltétlenül egy teljesen új dolgot jelent, hanem a már meglévő dolog lényeges javítását, megújulását is jelenti.

Az innováció fogalma csakúgy, mint a vállalkozás fogalma nem található meg egységes meghatározásként a szakirodalomban, folyamatos evolúción megy keresztül. Joseph A. Schumpeter, osztrák közgazdász elmélete azért kiemelendő az innovációs elméletek sorában, mert alapként szolgált a mai megszólalásoknak. Schumpeter szerint létezik:

- Innováció (műszaki újdonság megszületése)
- Innováció (műszaki újdonság gazdasági alkalmazása)
- Diffúzió (műszaki újdonság elterjedése, szélesebb körű használata)

Az osztrák közgazdász szerint, ha innovációról beszélünk 5 esetet kell kiemelni:

1. Új– a fogyasztók körében meg nem ismert- javaknak, vagy egyes javak új minőségének előállítása.
2. Új- a kérdéses iparágban még ismeretlen- termelési eljárás bevezetése, amelyeknek azonban nem kell feltétlenül új tudományos felfedezésen alapulnia és amely valamely áruval kapcsolatos új/újszerű kereskedelmi eljárás is lehet.
3. Új elhelyezési lehetőség, vagyis olyan piac megnyitása, amelyen a kérdéses ország kérdéses iparága addig még nem volt jelen- akár létezett ez a piac korábban is, akár nem.
4. Nyersanyagok, vagy félkész termékek új beszerzési forrásainak meghódítása.
5. Új szervezet létrehozása, akár a régi megszüntetése árán is.

Az innováció fogalma időben változott, sokkal szűkebb keretek közé szorult az értelmezése, előtérbe kerül a ” technika-központúság”.

„Az innováció: műszaki, gyártási és kereskedelmi lépések sorozata, amelyek új gyáriparilag előállított termékek értékesítéséhez vezetnek.” (Goulding-Kennedy, 1968 idézi Szakály, 2002)

Az Oslo kézikönyvben található az innováció manapság Európa nagy részén használatos meghatározása. 2006-ban jelent meg a kézikönyv 3-ik kiadása, ebben a változatban már az innováció minél szélesebb körű meghatározása volt a cél, illetve a nemzetközi felmérésekhez is alapot nyújt. Az Oslo kézikönyvben a következő meghatározást olvashatjuk az innovációról:

„A innováció új vagy jelentősen javított termék (áru vagy szolgáltatás) vagy eljárás, új marketing-módszer, vagy új szervezési-szervezeti módszer bevezetése az üzleti gyakorlatban, munkahelyi szervezetben, vagy a külső kapcsolatokban.” (Oslo kézikönyv, 2006)

Az Oslo kézikönyvben leírtak alapján megkülönböztetünk termék innovációt és eljárás-innovációt. A termékinnovációnak két fajtája van a jelentős innováció és a módosító innováció. Az előbb esetben a tulajdonságait, használhatóságát, kinézetét és egyéb tényezőket tekintve egy teljesen új vagy jelentősen módosított termék jelenik meg a piacon, kiemelendő, hogy a termékinnovációhoz nem szükséges új technológiát alkalmazni, a már meglévők összevonásaként is megvalósulhat ez a fajta megújulás. A módosító innovációnál már a nevéből is következtetni lehet arra, hogy egy meglévő terméken végeznek el módosításokat. Eljárás-innováció esetében is csakúgy, mint a termékeknél az eljárás lehet teljesen új vagy jelentősen módosított. Az eljárás-innovációt más néven technológiai innovációnak is szokás nevezni. A célja lehet egy új termék előállítása vagy egy már meglévő termék hatékonyabb módon való előállítása.

Ha a gazdaságban megjelenik valami új, vagy már korábban létező dolog, amin lényegesen javítottak, akkor nevezhető innovációnak, hogy ha már meg is valósították azt. Termékek esetében a megvalósítás a piacra való bevezetést jelenti, új eljárások, marketing- vagy szervezési-szervezeti módszer estében akkor tekinthető megvalósítottnak az innováció, hogy ha azokat már alkalmazzák a cégek a működésük során. Az innováció megvalósulhat folyamatosan kis lépéseken keresztül, bizonyos időközönként itt már nagyobb változásokat eszközölnek egy-egy alkalommal, vagy akár megvalósulhat a stratégiai újdonság bevezetésével is.

Az innováció a vállalkozások fejlődésének hajtóereje. Azonban vannak külső és belső tényezők, amelyek hátráltatják az innovációt. Belső hátráltató tényező lehet, hogy a vállalkozás rövid távon gondolkodik, vagy az alkalmazottak nem akarják elfogadni az újításokat, idegenkednek a változásoktól. A munkavállalóknak ez a fajta hozzáállása hátráltatja az innovációs tervek gyakorlatba való átépítését. Azonban a vállalkozáson belül nem csak a munkavállalók azok, akik korlátozó tényezők lehetnek, az erős hierarchia és az, hogy a vezetők nem megfelelő kompetenciákkal rendelkeznek az innovatív ötletek megvalósításához. A belső tényezők mellett külső befolyás is akadályozhatja a fejlődési folyamatokat, ide sorolhatóak, hogy kevés szaktudás áll rendelkezésre ahhoz, hogy valamilyen új dolgot találjanak ki vagy a már meglévőt továbbfejlesszék. További külső korlát lehet a túl szigorú szabályozás az adott iparágban.

2.3. A STARTUP VÁLLALKOZÁSOK JELLEMZŐI

Ahhoz, hogy egy gazdaságot innovatívnak lehessen nevezni, nagyban hozzájárulnak a startupok. A startupokat gyakran azonosítják az induló vállalkozásokkal. Azonban nem attól lesz ez startup, hogy most indult. Bármilyen iparágban megjelenhet egy vállalkozás startupként. Ezeknek a vállalkozásoknak közös jellemzője, hogy innovációt tartalmaznak az aktuális viszonyokhoz mérve. Nagy növekedési lehetőséget látnak ezekben az új és fiatal vállalkozásokban. Közös

ismérv még, hogy nem csak hazai szinten szeretnének a startupok megjelenni, hanem nemzetközi szinten is és ehhez igazítják az üzleti modellt. A startup lét az csak egy állapot egy vállalkozás nem marad örökké startup, miután egy vállalkozás már stabilnak mondható nyereséget termel és a foglalkoztatottak száma is nagyot nő már scaleupnak hívják. A startup fogalmát is nehéz egységesen definiálni, de gyakran használják Eric Ries által megfogalmazott meghatározást, amely a következő lenne:

„A startup egy olyan intézmény, ami innovációt tartalmazó terméket vagy szolgáltatást nyújt bizonytalan feltételek között.” (Eric Ries, 2011)

Egy másik fogalom a startupra a „Customer Development” folyamat megalkotójától származik, aki nem más, mint Steve Blank egy sikeres amerikai vállalkozó. Szerinte a startup:

“A startup egy olyan vállalkozás, ami éppen egy ismételhető és skálázható üzleti modellt keres”

Az első startupok a 2000-es évek az IT szektorban jelentek meg. Ekkor kezdett nagy fejlődésbe lendülni az informatika azon belül az internetes iparban következtek be nagy változások. Hazánkban 2007-ben terjedtek el a startupok és indult útra a startup kultúra és ökoszisztéma. Nálunk is nem meglepő módon az informatika területén jelentek meg ilyen cégek. Magyarországon a legismertebb startup a UStream, akinek egyik alapítója egy magyar fiatalember Fehér Gyula. De sikeres startup volt a 2008-ban alapított Prezi is. Kiemelendő a startupokkal kapcsolatban, hogy csak elméletben nem lehet startuppernek lenni. Az alapok megtanulhatóak elméletben, hogy mi is szükséges ahhoz, hogy sikeres startup legyünk, de valójában a gyakorlat lesz a meghatározó. Az elméletben jól működő startup a gyakorlatban lesz valóságos és akkor dől el a sorsa, hogy valóban sikeres lesz a vállalkozás vagy az elméletben jól kidolgozott tervek a valóságban kudarcra vannak ítélve.

A startupok megjelenése az Amerikai Egyesült Államokhoz köthető, és ezzel együtt az USA-ban lévő Szilícium-völgy a startup kultúra szülőhelye is. Az 1950-es években fogalmazódott meg a vállalkozókban az a gondolat, hogy egyfajta szabadabb gondolkodást és tágasabb önmegvalósítási környezetet keresve a már említett Szilícium-völgy felé vették az irányt, és itt alakult ki egy eddig ismeretlen vállalati kultúra. Az itt tevékenykedő vállalkozások célja a folyamatos innováció volt, hogy mindig új és új ötletekkel álljanak elő. Ez a felfogás pár évtized alatt az egész világon elterjedt.

A startup kultúra kialakulásához szükséges a startup ökoszisztéma, azaz több gazdasági szereplő szükséges az előbb említett kultúra kialakulásához. Ebben a körfogásban minden szereplőnek megvan az adott feladata és a szereplők hatással vannak egymásra. Ennek az ökoszisztémának az egyik fontos szereplője az oktatási intézmények, különösképpen az egyetemek. A

tanulók a gazdaság számára soha ki nem merülő forrásokat jelentenek, hiszen számos kreatív és innovatív ötlettel rendelkeznek, amelyek később meg is valósíthatnak. Az oktatási tevékenység és a vállalkozói képzések, és a kapcsolataik által számos lehetőséget nyújtanak a fiataloknak, akár egy startup létrehozásához is. Napjainkban egyre több egyetem innovációs központként működik, kihasználva az elhelyezkedésének köszönhető adottságokat. Egy másik fontos szereplő, amely a startup indulásához nyújtanak segítséget az inkubátorok és akcelerátorok. A korai fázisban levő startupok esetében gyakran előfordul, hogy valamilyen kompetencia, szak tudás hiányzik az indításhoz. Az inkubátor és akcelerátor programok ebben vannak a startupok segítségére. A legtöbbször a pénzügyi és az üzleti terv kidolgozásában segítenek, de akár a piaci validáció és piacelemzés során is a startup segítségére sietnek. Egyre több hagyományos fejlesztő és gyártó cég egészíti ki a kínálatát az ilyenféle szolgáltatással. Ezek a cégek ritkán válnak tulajdonossá a segítségre szoruló vállalkozásban, inkább csak szolgáltatóként jelennek meg. Az ökoszisztémához a nagyvállalatok is hozzátartoznak. A nagyvállalatok is innovatívak akarnak lenni és ezért nyitnak a nyílt innováció módszere felé. A nyílt innováció keretében a vállalkozások nem csak a saját erőforrásaikra támaszkodnak, külső segítséget vesznek igényben és itt jelennek meg a startupok. Ez az együttműködés mindkét félnek előnyös lehet, a startupok a nagyvállalat számára létrehozza a szükséges innovációs megoldást, ezzel gyorsabban és hatékonyabban választ kap a megoldandó problémájára, mintha a saját erőforrásait csoportosítaná át a feladat megoldásához. A startup oldaláról a piacra lépésben és a tőkebevonásban jelent segítséget az együttműködés. A befektetők nélkülözhetetlen szereplői az ökoszisztémának. A befektetőknek több fajtája van, és a startup érettségi szintje, tőkeigénye és növekedési lehetőségei határozzák meg, hogy milyen fajta befektetőhöz érdemes fordulnia. A befektetők fajtáinak a befektetések fejezetben kerül bemutatásra.

Azt, hogy mit tekintünk sikeres startupnak nehéz meghatározni, a bukást, egy kudarcot sokkal könnyebb azonosítani, de a siker ennél sokkal összetettebb és szubjektívebb. Várdy Zoltán (2021) szerint, aki maga is angyalbefektetőként tevékenykedik 2010 óta 3 tulajdonsággal rendelkezik egy sikeres startup, az egyik a fókusz, ennek segítségével például egyértelműen határozzák meg a célcsoportot, a másik fontos tulajdonság az agilitás, a gyors döntéshozatal felismeri a problémát, döntést hoz és folytatja tovább a működését, az utolsó lényeges dolog, amellyel egy sikeres startupnak rendelkezni kell a kitartás.

Magyarországon 2021-ben már rangsort is állítottak fel a legígéretesebb startupokról. StartUp Online a The Launch Code szakmai partnerségével, egy közösségépítő kampány keretében készítették el a ranglistát, ennek az elkészítését az a cél vezérelte, hogy felhívják a figyelmek

azokra a startupokra, akik a nemzetközileg is sikeres startup vállalkozások mellett még csak hazánkban jelentek meg, de ígéretesen menetelnek előre.

Ezenkívül inspiráció is lehet annak, ilyen cégek indításán gondolkoznak vagy az indítás előtt állnak. A legígéretesebb startup a NowTechnologies Zrt, akik a mozgássérülteknek azon belül a kerekesszékekkel közlekedőknek fejleszt kontrollereket. A második helyet elnyerő vállalkozás szintén az egészségügyi szektorban tevékenykedik, a fogorvosszakma digitális támogatásán dolgoznak. A dobogó utolsó helyen álló cég a piackutatás hatékonyabbá tételét teszi lehetővé az innovációs szolgáltatásával.

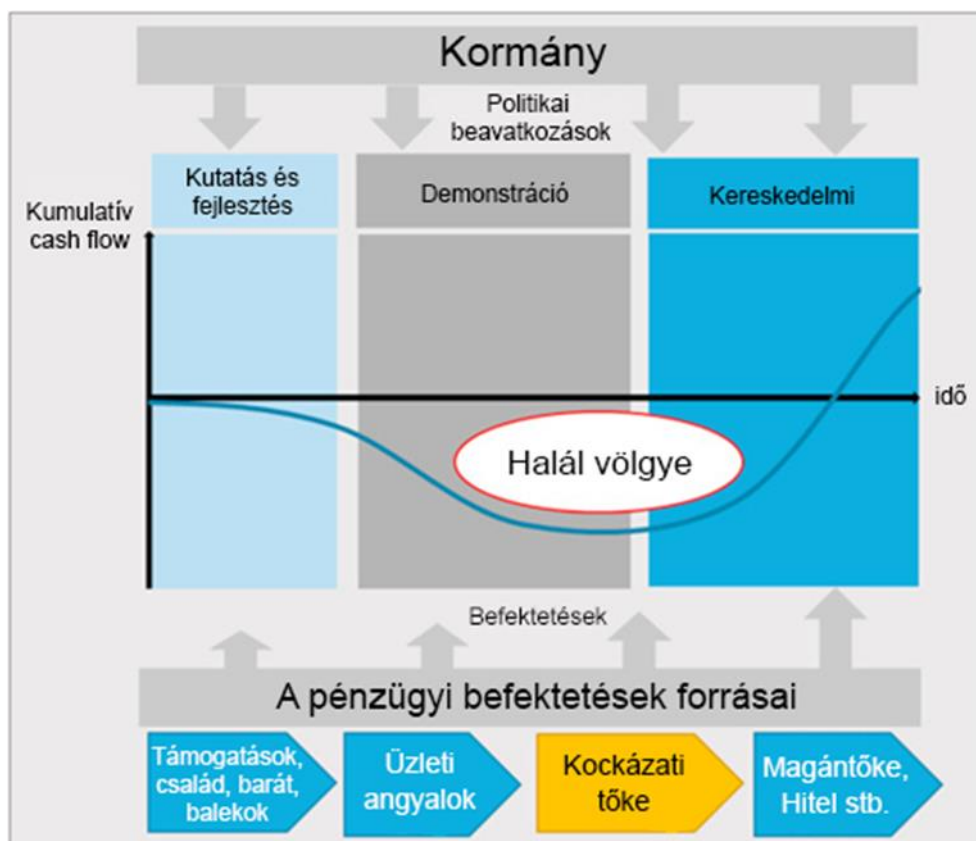
2.4. VÁLLALKOZÁSOK FINANSZÍROZÁSA

Ahhoz, hogy a vállalkozás el tudjon indulni tőkére van szüksége. Ez a tőke számos forrásból származhat. A startupok a legtöbb esetben ezt a tőkét befektetésekből szerzik. Mielőbb a befektetéseket ismertetném a finanszírozás fogalmát és néhány hozzá kapcsolódó jellemzőt szeretnék ismertetni.

„A finanszírozás egy gazdasági tevékenység elkezdéséhez, folytatásához, bővítéséhez szükséges erőforrások a tőkeszükséglet biztosítását jelenti.” (Dr. Horváth Zsuzsanna, 2015)

A finanszírozás lehet belső és külső finanszírozás. Az előbbi esetben a működésből szereznek tőkét a vállalkozások. Ilyen belső finanszírozás történik amikor az eredmény visszaforgatásával nyernek tőkét a cégek. Azonban van olyan helyzet, hogy a vállalkozások nem tudnak a működésből tőkét szerezni ilyen esetben külső finanszírozási forrásból jutnak hozzá a megfelelő mennyiségű tőkehez. A külső forrásból történő finanszírozás legismertebb formái a kötvénykiadás és a részesedésfinanszírozás. A startupok nagy része is külső finanszírozással tud elindulni. Ahogy már említettem korábbi részben a startup ökoszisztéma nagyon fontos szereplői a befektetők. Fontos kiemelni azt a tényt, hogy a startupok nagyon nagy kockázatot jelentenek a befektetőknek, nagyon sok ilyen típusú vállalkozás hamar elbukik, ezért rendkívüli pénzügyi teljesítményt kell nyújtaniuk, hogy kompenzálják ezt a kockázatot. Befektetések számos fajtája létezik, amely a startupok rendelkezésére áll, de természetesen itt a befektetés keresésnél figyelembe kell venni a cégeknek, hogy milyen szakaszban van az adott startup, ettől függően változik az elérhető befektetések száma és fajtája is. 3 szakaszt különböztetünk meg egymástól ezek mindegyikében más-más befektetőt tud keresni a finanszírozáshoz az adott startup. Az első szakasz a kutatás-fejlesztés (továbbiakban K+F), ezt követi a technológiai demonstráció ebben a szakaszban valósul meg például a prototípus elkészítése. Ebben a két szakaszban a vállalkozás a szükséges forrást vagy saját tőkéből, barátoktól, családtól szerzi meg vagy pedig léteznek támogatások, amelyeket igénybe tud venni. De akár üzleti angyalok is részt vehetnek

a finanszírozásban, akik akár tanácsokkal is ellátják a korai fázisban lévő startupokat. Az utolsó szakasz az a kereskedelmi szakasz lesz, amikor a sikeres demonstráció után piacra lép a vállalkozás. A másodikból a harmadik szakaszba való jutás különös nehézséget jelenthet a cégeknek. A harmadik szakaszban már akár saját bevételből is történhet a finanszírozás, de akár külső forrásból is származhat. Itt már a külső források szélesebb köre érhető el a startup számára, a korábbi szakaszokban nagyon ritkán és nehezen elérhető banki hitelfelvétel is lehetséges. Itt akár magántőke-befektetők is bevonhatóak. A következő ábra az előbb leírtakat ábrázolja.



2. ábra A cleantech kereskedelmi forgalomba hozatala, beleértve a beruházási forrásokat (Bürer és Wüstenhagen (2009) alapján)

Az előbb ismertetett szakaszok más csoportosításban is bemutatathatóak. Ebben a csoportosításban az első szakasz a magvető, itt még csak maga az ötlet áll rendelkezésre, egy úgynevezett ötletcéget hoztak létre. Ez a szakasz még alkategóriákra bonthatóak, az inkubációs és a létrehozási fázis.

- Az inkubációs fázis tulajdonképpen az első csoportosításban említett K+F tevékenységet foglalja magába
- A létrehozási fázisban elkezdik a vállalkozás létrehozását a szükséges jogi intézkedéseket megtéve.

A második szakasz pedig ebben az esetben az a szakasz, amikor már a startup vállalkozások kifejlesztették a prototípust és a piac már véleményezte, visszajelzést adott a cég termékét vagy szolgáltatását illetően. Itt három alcsoport található, amelyek a következők:

- Bevezető fázisban már egy működőképes vállalkozás van, de bevétele még nincs
- Növekedési fázisban bár még negatív a cég eredménye, de már bevétellel rendelkezik, ebben a fázisban lévő vállalkozásokat kedvelik a privát kockázati tőkealapok
- Terjeszkedési fázisban, ahogy a neve is mutatja a növekedésen, terjeszkedésen van a hangsúly ennek érdekében fordulnak befektetés reményében a kockázati tőkealapokhoz és a magántőke-befektetőkhez.

Miután ismertetésre került, hogy milyen szakaszok vannak a startupok életében, szeretném részletesebben bemutatni a befektetők fajtái és a jellemzőit, illetve, hogy milyen változok következtek be az utóbbi években ezekkel a befektetőkkel kapcsolatban. Kockázati tőkealap-kezelő társaságok:

Kockázati tőkealap-kezelő társaságok:

A kockázati tőkealap-kezelő cégek pénzügyi közvetítők, tehát tőkét gyűjtenek össze azért, hogy közvetlenül a cégekbe fektessék. Ezek a cégek a magántőke alcsoportjába tartoznak azzal a fő különbséggel, hogy ők az életciklus korábbi szakaszaiban járó startupokra koncentrálnak, míg a magántőke inkább a későbbi fázisúakra. (Karsai, 2012, idézi Molnár Endre Mihály, 2021). Ezekről a tőkealap-kezelő társaságokról elmondható, hogy más a tulajdonosa a társaságnak és magának a kezelt alapnak is más a tulajdonosa. Magának a társaságnak lehet a tulajdonosa az állam, magánszemélyek. A tőkealapokat egy meghatározott időszakra hozzák létre, ezeket vissza kell fizetni a tulajdonosuknak az elért nyereséggel együtt, azonban egy alapkezelési díjat számítanak fel, amely magának a társaságnak a haszna lesz. A kockázati tőkés nem csak pénzügyi befektetést nyújt az adott társaságnak, amely igénybe veszi a tőkéjét, hanem a kapcsolatait és a tudását is. Ezek a befektetők igyekeznek irányítási, ellenőrzési és vezetési jogot szerezni a céltársaságba, amelybe befektettek. Hazánk egyik ilyen társasága a Széchenyi Alapok, ez korábban Széchenyi Tőkealap-kezelő Zrt. néven működött. A kockázati tőkebefektetők, nem a kezdeti fázisban lévő startupokat támogatják, hanem a már kicsit érettebb szakaszban lévő cégeket.

Inkubátorok, akcelerátorok:

Ezt a két befektetési lehetőséget gyakran halljuk együtt, éppen ezért sok félreértés van a két fogalommal kapcsolatban. Az inkubátorok és az akcelerátorok hasonló szolgáltatás nyújtanak az ügyfelek számára. Az inkubátorok a kezdetekben irodahelyiséget nyújtottak befektetésként a vállalkozásoknak, de az ő szolgáltatási körük is fejlődött, hiszen már könyveléssel jogi tanácsadással üzleti tervezéssel is segítik a startupokat. Manapság már a korai fázisban lévő startupok számára is eszközölnék befektetéseket. Az akcelerátorok a startup egyik fontos jellemzőjére építenek, ami nem más, mint a gyors növekedés. Ezek az intézmények mentorálással képzéssel segítik a startupokat, hogy elérjék a gyors növekedést. Ezenkívül üzleti kapcsolatok kialakításában is segítik őket.

Hazánkban is tevékenykednek akcelerátorok, valamint inkubátorok. A Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal 4 intézményt ruházott fel Akkreditált Technológiai Inkubátor címmel, valamint az ehhez tartozó támogatással (NKFIH, 2013). Ezek az intézmények a következők:

- ACME Labs Zrt.
- Aquincum Technológiai Inkubátor Zrt.
- Digital Factory Zrt.
- iCatapult Technológiai és Üzletfejlesztési Zrt.

Az ezzel a címmel felruházott inkubátoroknak a feladata, hogy mentorálással, nemzetközi kapcsolataikkal támogassák a startupokat, akik alkalmasak lesznek további tőkebefektetésekre, illetve a nemzetközi piacra is.

Angyalfektetők:

Az angyalfektetők magánszemélyek, akik a saját pénzüket kívánják fiatal vállalkozásokba fektetni. Az angyalfektetők korábban kisebb befektetéseket nyújtottak csak a startupoknak a magvető előtti, és a magvető fázisban lévő cégeknek, azonban az évek során már a növekedési fázisban is nyújtanak befektetéseket a vállalkozások számára. Ők inkább „puha” monitorozási rendszert alkalmaznak, ez a cég életében való személyes részvételben, bizalmi kapcsolat kiépítésében, illetve a támogatásban nyilvánul meg. Az angyalfektetőknek kedvező, hogy ha olyan ágazatban tevékenykedő startupba fektetnek be, amelyet jól ismernek és megvan megfelelő tudásuk az adott ágazatról, ezáltal akár a kapcsolatrendszerüket is tudják hasznosítani a startup növekedése érdekében. Hazánkban van egy hivatalos angyalfektetői egyesülete, amely nem

más, mint a Hungarian Business Angel Network (HunBAN) 2017 óta működik, amely egy formális fórum maguknak a startupoknak és az angyalbefektetőknek.

3. A KUTATÁS KÉRDÉSI ÉS A KAPCSOLÓDÓ HIPOTÉZISEK

3.1. KUTATÁSI KÉRDÉSEK

Miután ismertettem a dolgozatom megértésének szempontjából fontosnak ítélt fogalmakat és a hozzájuk köthető szakirodalmi kutatásokat, a következő kutatási kérdéseket fogalmaztam meg:

Első kutatási kérdés: befektetéshez Mennyire követi a gyakorlat az elméletben leírtakat a jutásnál?

E kérdés alapján, azt szerettem volna megtudni, hogy a startupok a szakirodalom által leírtakat tudatosan követi-e a befektetéshez jutás gyakorlata is, vagy inkább a rendelkezésre álló lehetőségek élveznek prioritást a befektetés keresésnél. Szerettem volna választ kapni arra, hogy a befektetéshez jutás területén rendelkeznek-e tudásbeli hiányosságokkal vagy éppen tévedésekkel. Ezeket azért tartom fontosnak, mert a startupok e területen belüli tudásának hiánya, hatással lehet a vállalkozások sikerességére.

Második kutatási kérdés: Mennyire ismertek napjainkban használatos befektetéshez jutás alternatívái?

Ennek keretében fontosnak tartottam megvizsgálni, hogy a digitalizáció fejlődésével kialakult befektetéshez jutási módszereket mennyire ismerik a startupok és a vállalkozások, valamint ezek hasznosságának vizsgálatára is kitértem. Illetve ennek a kérdésnek keretében megvizsgáltam a közösségi média nyújtotta lehetőségek hasznosnak ítéltése és a gyakorlatban való alkalmazása közötti párhuzamot vagy ellentétet.

Harmadik kutatási kérdés: Vajon létezik-e olyan befektetés keresési mód, amely még nem szerepel egy tudományos munkában sem?

Ennek a kérdésnek a vizsgálatát azért tartottam fontosnak, mivel a folyamatos fejlődés, és a váratlan események, valamint azok hatásai olyan változásokat hoznak a gazdaság működésében, amely akár a befektetés keresés területét is érintheti és még egyetlen kutatás vagy tudományos elemzés sem foglalkozott eddig.

3.2. HIPOTÉZISEK

Hipotézisek az első kutatási kérdéshez:

H1: A befektetés keresés alkalmával a startupok a korai fázisban valóban a szakirodalom által leírt családtól, barátoktól vagy akár az üzleti angyaloktól szerezheti meg a szükséges tőkét.

H2: A legtöbb startup kockázati tőkebefektetést vesz igénybe, mert ez a legelterjedtebb módzata a befektetéseknek.

H3: A startupok körében félreértések adnak azzal kapcsolatban, hogy milyen jogcímen, milyen befektetést kapnak, illetve az milyen forrásból származik.

H4: Van olyan befektetési lehetőség, amellyel csak a korai fázisban lehet élni, de az is igaz, hogy a befektetések köre az érettebb fázisban is szűkül, hiszen vannak befektetések, amelyek esetében számos feltételnek meg kell felelni az érettebb szakaszban lévő vállalkozásoknak, ahhoz, hogy igénybe tudják venni.

H5: A feltevésem a startupok iparfüggőségével kapcsolatban az, hogy bár bármelyik iparágban lehet startupként működni, azonban az IT területen sokkal hangsúlyosabb a startupok jelenlét, hiszen már a startupok születésének időszakában is ezen a területen jelent meg a legtöbb startup. De befektetés és befektető szempontjából azonban a startupban lévő potenciál fontosabb, mint az, hogy mely iparági területen tevékenykedik.

H6: Véleményem szerint valóban a legjobb finanszírozási forrást a startupoknak a befektető nyújtja, hiszen számukra az többi külső finanszírozási lehetőségeknek az elnyerése sokkal nehezebb, vagy akár elérhetetlen.

H7: Az üzleti terv fejlődés fontos a befektetést kereső startupoknak, illetve a pitch befolyásoló tényező a befektető meggyőzésénél

Hipotézisek a második kutatási kérdéshez:

H8: Aki ismeri ezt a finanszírozási formát valószínű, hogy a két legnagyobb crowdfunding platform az IndieGoGo és a Krickstarter eszébe jut a közösségi finanszírozás hallatán.

H9: Hasznosnak találják az emberek a közösségi média és az internet adta lehetőségeket, de az online térben lévő helyett még mindig a személyes befektetéshez jutási módokat használja többen.

H10: A média által szervezett műsorok készítése jó ötlet, befektetés keresés szempontjából. A közösségi események, nem csak a befektetéshez jutásnál lehet előnyös, hanem a kapcsolati tőke szerzéshez is.

Hipotézisek a harmadik kutatási kérdéshez:

H11: Van olyan befektetés keresési módszer, amely még egyetlen tudományos írásban sem szerepel, mivel folyamatosan jelennek meg újdonságok a gazdaságban, így akár a befektetéshez való hozzájárulás területén is

4. A VIZSGÁLAT MÓDSZERTANA

A kutatásom sikerességének érdekében több kutatási módszertant is alkalmaztam. Az első kettő kutatási kérdésemre a választ kérdőívek segítségével nyertem ki. Indokoltnak tartottam, hogy két kérdőívet készítsek és töltessek ki a kutatásomhoz. Az első kérdőívemmel azoknak a startupoknak a tapasztalatait és véleményét ismertem meg, akik már vettek igénybe valamilyen fajta befektetést. Ennek a kérdőívnek az első része arra kérdezett rá, hogy milyen befektetéshez jutottak az adott startupok, valamint, hogy tisztában vannak-e azzal, hogy azok milyen forrásból származnak és milyen fajtájú befektetést kaptak. A második része, a startupok véleményének megismerését célozta meg az első kettő kutatási kérdésemmel kapcsolatban. A második részt nem csak a befektetéshez jutott startupok töltötték ki, hanem egyéb vállalkozások is. A startupok és az egyéb vállalkozások véleményét elkülönítve gyűjtöttem ezért hoztam létre a második kérdőívet, amely csak a vállalkozások véleményét tükrözi a témával kapcsolatosan. Ez az elkülönítés azért is előnyös, mert így kimutatható, hogy milyen véleménybeli különbségek léteznek a két célcsoport között.

Ezenkívül a pontosabb eredmény meghatározása érdekében kvalitatív kutatás módszertani eszközöket is használtam. Részt vettem az egyetem által szervezett előadásokon, amelyek keretében sikeres vállalkozók, akik korábban startupperek voltak mondták el a sikeressé váláshoz vezető út során észlelt tapasztalataikat. Az előadás során nem csak egyoldalú kommunikáció történt, hanem a résztvevők a bennük felmerülő kérdéseket is feltehették az előadónak, így a kutatásommal kapcsolatos kérdéseimre is tudtak válaszolni. Szintén az egyetemhez köthető, hogy rendelkezem személyes tapasztalattal is, hiszen részt vettem a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által rendezett Hungarian Startup University Programban is, amely keretében tudást szerezhettem a startupok világáról, ez a tudást felhasználva a vizsgálatomhoz szükséges kérdéseket meg tudtam fogalmazni. A gyakorlatban is kipróbálhattam milyen egy startup vállalkozás ötletének kidolgozása a valóságban, illetve a szakmai zsűri előtti pitchelést is kipróbálhattam, amely hozzájárult a kutatási fókuszom könnyebb megtalálásához.

Az internet adta lehetőséget kihasználva egy angyalbefektető blogját is hasznosíthattam. A hazai angyalbefektető Balogh Péter saját blogot készít, amely során leírja az ő szemszögét a startupokba való befektetéssel kapcsolatban. A podcastok nagyon népszerűek manapság, és széles körben találhatunk különböző témákról gyártott hangfelvételek, így a kutatási témámhoz kapcsolódó podcastokat is használtam, amelyeket a Spotifyon keresztül értem el.

Különböző jellegű kérdéseket tettem fel, amelyből a kinyert eredmények alapján alá tudtam támasztani a proposícióimat, illetve ellenkező esetben a kapott eredmény megcáfolta azokat.

H1: A befektetés keresés alkalmával a startupok a korai fázisban valóban a szakirodalom által leírt családtól, barátoktól vagy akár az üzleti angyaloktól szerezheti meg a szükséges tőkét.

Ehhez kapcsolódóan feleletválasztós kérdésekkel megkérdeztem a startupokat arról, hogy mely fázisba vettek igénybe befektetést, valamint arra is rákérdeztem, hogy milyen befektetési lehetőséghez jutottak hozzá.

H2: A legtöbb startup kockázati tőkebefektetést vesz igénybe, mert ez a legelterjedtebb módozata a befektetéseknek.

Ennek a hipotézisnek az alátámasztására vagy megcáfolására ugyanazt a kérdést tettem fel a startupoknak, mint az előző proposíciónál, hogy milyen befektetési lehetőséget vettek igénybe. Ebből a kérdésből következtetéseket tudtam levonni, azzal kapcsolatosan, hogy mely befektetési módozat a legelterjedtebb a startupok körében.

H3: A startupok körében félreértések adnak azzal kapcsolatban, hogy milyen jogcímen, milyen befektetést kapnak, illetve az milyen forrásból származik.

Ezzel kapcsolatosan is feleletválasztós kérdéseket tettem fel, ezeknek a kérdéseknek a keretében rákérdeztem, hogy milyen típusú befektetést kaptak, azok milyen forrásból származnak és milyen jogcímen kapták ezt a vállalkozások. Ezek megválaszolása információt nyújtott arról, hogy az adott befektetés típusnál tisztában vannak-e a vállalkozások, hogy azt valójában mely forrásból kapják, és milyen jogcímen vette figyelembe a vállalkozás a könyvelése során.

H4: Van olyan befektetési lehetőség, amellyel csak a korai fázisban lehet élni, de az is igaz, hogy a befektetések köre az érettebb fázisban is szűkül, hiszen vannak befektetések, amelyek esetében számos feltételnek meg kell felelni az érettebb szakaszban lévő vállalkozásoknak, ahhoz, hogy igénybe tudják venni.

H5: A feltevésem a startupok iparfüggőségével kapcsolatban az, hogy bár bármelyik iparágban lehet startupként működni, azonban az IT területen sokkal hangsúlyosabb a startupok jelenlét, hiszen már a startupok születésének időszakában is ezen a területen jelent meg a legtöbb startup. De befektetés és befektető szempontjából azonban a startupban lévő potenciál fontosabb, mint az, hogy mely iparági területen tevékenykedik.

H6: Véleményem szerint valóban a legjobb finanszírozási forrást a startupoknak a befektető nyújtja, hiszen számukra az többi külső finanszírozási lehetőségeknek az elnyerése sokkal nehezebb, vagy akár elérhetetlen.

H7: Az üzleti terv fejlődés fontos a befektetést kereső startupoknak, illetve a pitch befolyásoló tényező a befektető meggyőzésénél

Ezekhez a hipotézisekhez már skálázható kérdést tettem fel, ezzel a célcsoportok véleményét kaptam meg a hipotézisekben említett kijelentések helyeslésének elfogadására vagy ellenzésére, a skála egy 1-től 6-ig terjedő skála volt, amely által a vélemények diverzitása is kimutathatóvá vált.

H8: Aki ismeri ezt a finanszírozási formát valószínű, hogy a két legnagyobb crowdfunding platform az IndieGoGo és a Krickstarter eszébe jut a közösségi finanszírozás hallatán.

Ez már a második kutatási kérdésemhez tartozó hipotézis. Ennek igazolására, vagy elutasítására a vállalkozásoknak és a startupoknak is feltettem azt a kérdést, hogy ismerik-e a közösségi finanszírozást, illetve, valamilyen crowdfunding oldalt? Ezek segítségével kaptam meg az eredményt arra vonatkozóan, hogy mennyire ismert ez az alternatíva

H9: Hasznosnak találják az emberek a közösségi média és az internet adta lehetőségeket, de az online térben lévő helyett még mindig a személyes befektetéshez jutási módokat használja többen.

H10: A média által szervezett műsorok készítése jó ötlet, befektetés keresés szempontjából. A közösségi események, nem csak a befektetéshez jutásnál lehet előnyös, hanem a kapcsolati tőke szerzéshez is.

Itt jellegét tekintve szintén skálázható kérdéseket fogalmaztam meg, ugyanazzal a céllal, mint azt az előző skálázható kérdéseknél taglaltam.

H11: Van olyan befektetés keresési módszer, amely még egyetlen tudományos írásban sem szerepel, mivel folyamatosan jelennek meg újdonságok a gazdaságban, így akár a befektetéshez való hozzájárulás területén is

Ide kapcsolódóan a kérdőívem nem tartalmazott kérdéseket. Ennek a helyeslésére vagy elutasítására egy startup példáján keresztül válaszolni.

5. AZ ELEMZÉS EREDMÉNYEI, MEGÁLLAPÍTÁSOK

Ebben a fejezetben bemutatásra kerül a hipotéziseim helyességének vagy ellenkező estben a megcáfolására szolgáló eredmények ismertetése.

5.1. A KORAI FÁZIS FINANSZÍROZÁSA

Az első hipotézisem az, hogy a befektetés keresés alkalmával a startupok a korai fázisban valóban a szakirodalom által leírt családtól, barátoktól vagy akár az üzleti angyaloktól szerezheti meg a szükséges tőkét. A kérdőívem első és az ötödik kérdése összetartozó. A kérdések a következők voltak:

- A startup melyik életciklusban fordult befektetőhöz?
- Milyen befektetési lehetőséget kapott a vállalkozás?

Ezekből derül ki, hogy a gyakorlatban mely érettségi fázisban vettek igénybe a startupok befektetést és az milyen befektetési lehetőség volt. Azonban valószínű, hogy nem azért ezektől a befektetőktől vesznek igénybe befektetést, mert a szakirodalommal tisztában vannak, hanem, mert a startupokba való befektetés amúgy is nagyon kockázatos, de a korai szakaszban még nagyobb a kockázat és csak ezek a befektetési lehetőségek állnak a rendelkezésükre. Ezt a hipotézisemet azonban megcáfolta, a startupok által kitöltött kérdőív alapján kapott eredmény, hiszen a válaszadók 67% a vett igénybe befektetést a kutatás és fejlesztés szakaszában befektetést, ebből egy startup volt az, amely nem csak ebben az érettségi szakaszban jutott hozzá befektetéshez, hanem mind a három érettségi szakaszban. Ezen az egy kivételes startupon kívül, aki üzleti angyaltól kapta a befektetéseit az előbb említett startupok mindegyike kockázati tőkebefektetőtől kapott befektetést. A szakirodalom szerint azonban a befektetők körébe csak a második és a harmadik szakasz között szállnak be a kockázati tőkebefektetők, ez bizonyítja, hogy a startupok nem tudatosan a szakirodalmat követve keresik az érettségi szakasznak megfelelő befektetést, valamint az is bizonyítható, hogy a legnépszerűbb befektetési forma a válaszadók körében a kockázati tőkebefektetés volt, mivel a válaszadók 83%-a ezt a befektetéssel kapott tőkét a vállalkozáshoz.

Összegezve a startupokról nem mondható el, hogy követik a szakirodalmi elméletet, olyan tekintetben, hogy a szakirodalomban leírt érettségi szakaszoknak megfelelő befektetőtől vesznek igénybe befektetést.

5.2. KOCKÁZATI TŐKEBEFEKTETÉSEK

A második feltételezésem, amely szintén az ötödik kérdéshez kapcsolódik az, hogy a legtöbb startup kockázati tőkebefektetést vesz igénybe, mert ez a legelterjedtebb módozata a befektetéseknek. Ez a feltételezés a vizsgálatom eredményeképpen bizonyíthatóan igaz, mivel a válaszadók 83%-a ezzel a befektetéssel jutott hozzá a szükséges tőkéhez. Ezenkívül az a meglepő eredmény született, hogy a válaszoló startupok egyike sem vett igénybe hackatonon szerezhető befektetést vagy támogatást, pedig egyre elterjedtebbek a innovatív vállalkozásokat támogató versenyek és támogatások, hiszen ezek létrejötte és működése növelik az gazdaság versenyképességét. A válaszadók az üzleti angyalok, valamint az inkubátorok és akceleratorok nyújtotta lehetőségeket elenyésző mértékben keresik.

A leggyakrabban igénybe vett befektetési lehetőség a kockázati tőkebefektetés, a többi befektetési lehetőség csak csekély arányt képvisel a befektetési módozatok körén belül.

5.3. A BEFEKTETÉSEK JOGCÍMEI

A vizsgálatom során kitértem arra is, hogy a vállalkozások milyen jogcímen kapják a befektetéseket és azok milyen típusú befektetések, valamint, hogy milyen forrásból származnak. Ezekre azért volt fontos kitérni, mert gyakran a vállalkozások nincsenek tisztában azal, hogy az adott befektetés, amelyet kapnak az milyen jogcímen kerül a startupnál elszámolásra vagy, hogy a befektetés nyújtója tényleg a nemzet-e és nem az Európai Unió. Ezért itt a feltevés az, hogy félreértések akadhatnak ezt a témát illetően a startupok körében. Ahogy fent is említettem a startupokban lévő tévhit a kérdőív válaszolóiban is, hiszen volt olyan startup a kitöltők között, aki bejelölte, hogy GINOP támogatást kapott, de azt már nem tudta, hogy ennek finanszírozása az Európai Unióhoz köthető. Szintén a finanszírozás forrásával kapcsolatban adódtak, hiszen attól függetlenül, hogy egy privát befektető vagy egy befektető csoport nyújtotta a befektetést az ugyanúgy állhat hazai befektetőkből vagy akár nemzetközi befektetők is, így nem tartoznak a forrás szempontjából külön csoportba. **Ezt az eredményt összegezve elmondható, hogy a startupoknak van tudásbeli hiánya, illetve tévhite a befektetéshez jutással kapcsolatban.**

5.4. A KORAI FÁZIS LEHETŐSÉGEI

Az én hipotézisem az, hogy van olyan befektetési lehetőség, amellyel csak a korai fázisban lehet élni, de az is igaz, hogy a befektetések köre az érettebb fázisban is szűkül, hiszen vannak befektetések, amelyek esetében számos feltételnek meg kell felelni az érettebb szakaszban lévő vállalkozásoknak, ahhoz, hogy igénybe tudják venni. A vállalkozások és a

startupok véleményét többnyire skálázható kérdésekkel vizsgáltam, ezeknek a kérdéseknek a keretében kíváncsi voltam, hogy a véleményük alapján a korai fázisban és az érettebb fázisban is van egy meghatározott befektetési kör, amelyek rendelkezésre állnak a startupok számára. Ezzel kapcsolatban már mind a startupok mind pedig a vállalkozások véleményét ki tudtam kérni. A startupok közül mindenki úgy gondolta inkább az egyetértés oldalán azzal kapcsolatban, hogy vannak olyan befektetési lehetőségek, amelyekkel csak a korai fázisban lehet élni, azonban azzal, hogy a startupok befektetési lehetőségei a késői fázisban is szűkülnek a startupok nem értettek egyet. A vállalkozások véleménye ebben a két kérdésben jóval diverzifikáltabb volt. A válaszadók 31%-a teljes mértékben egyetértett azzal, hogy van olyan befektetési lehetőség, amely csak a korai fázisban elérhető, ezenkívül 19%, bár nem teljes mértékben, de egyetértett a kijelentéssel, és 6% volt, aki inkább még az egyetértés oldalán áll, de nem határozottan, a többi válaszadó ezzel a kijelentéssel nem értett egyet, az egyet nem értések határozottsága itt is különbözik. Az érettebb fázisokkal kapcsolatos kijelentésnél a vállalkozások is ugyanazon a véleményen voltak, mint a startupok mégpedig, hogy nem értenek egyet a befektetési kör szűkülésével.

Összegezve kimondható, hogy vannak olyan befektetési lehetőségek, amellyel csak a korai fázisban lehet élni, azonban az, hogy az érettebb fázisokban is szűkülne a befektetési lehetőségek köre nem igaz.

5.5. AZ IPARÁGFÜGGŐSÉG SZEREPE

A feltevéssem a startupok iparfüggőségével kapcsolatban az, hogy bár bármelyik iparágban lehet startupként működni, azonban az IT területen sokkal hangsúlyosabb a startupok jelenlét, hiszen már a startupok születésének időszakában is ezen a területen jelent meg a legtöbb startup. De befektetés és befektető szempontjából azonban a startupban lévő potenciál fontosabb, mint az, hogy mely iparági területen tevékenykedik. Ezt az iparfüggőséget a kérdőívem több skálázható kérdésében is taglaltam, a következő kérdéseket tartalmazza a kérdőív ezzel a témával kapcsolatban:

- Bármely iparágban lehet tevékenykedni startupként
- Ugyanolyan eséllyel találunk a különböző iparágban tevékenykedő startupok befektetést
- A startupban lévő potenciál fontosabb, mint az, hogy mely iparágban munkálkodik a cég

Az ide kapcsolódó első kérdésnél a startupok (83%) és a vállalkozások (62,5%) véleménye is egyaránt az, hogy bármely iparágban lehet startupot alapítani. A befektetés elérhetőségénél azonban kimondható, a válaszadók véleményét vizsgálva, hogy iparágfüggő, mindössze egyetlen startup mondta azt, hogy ugyanolyan a befektetés találásának az esélye különböző iparágakban. Startupok véleményét nézve a potenciál fontossága az iparággal szembe 50-50 %-os eredményt hozott, vállalkozások esetében az iparfüggőséggel való egyetértés nagyobb volt, mint azzal, hogy a startupoknál a benne levő potenciál fontosabb. Ezt a válaszadók 81% gondolta így, ezzel a feltevés megcáfolása bizonyíthatóvá vált.

Egy startup befektetéshez jutási lehetőségét befolyásolja az iparág, amelyben tevékenykedik, ezzel kijelenthető, hogy az iparfüggőség létezik a startupok életében.

5.6. A LEGMEGFELELŐBB FINANSZÍROZÁSI FORRÁS

Ahogy már a szakirodalom finanszírozás részénél is említettem a vállalkozások számára fontos kérdés, hogy a szükséges tőke milyen finanszírozási forrásból szerezhető meg. Ez nincs másképpen a startupok esetében sem, sőt náluk még talán fontosabb szerepet is kap. A következő propozíciót a kérdőívem egy skálázható kérdésével kapcsolatban szeretném tenni. A kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadók, hogy gondolják, hogy a startup számára valóban a befektető nyújtja a legjobb finanszírozási forrást. Véleményem szerint valóban a legjobb finanszírozási forrást a startupoknak a befektető nyújtja, hiszen számukra az többi külső finanszírozási lehetőségeknek az elnyerése sokkal nehezebb, vagy akár elérhetetlen. Ha csak a hitelfelvételt vesszük alapul és a hitelebírlás folyamatát nézzük, a startupok már nehézségbe ütköznek. A hitelebírlásnál a bankoknak fontos szempont a múltbéli teljesítmény, hiszen ez információt szolgáltat számukra a vállalkozás eddig elért eredményéről, amely, ha pozitív képet mutat, akkor a bank is kevésbé kockázatosnak ítéli a hitel vissza nem fizetését. Azonban a startupok többségéről nem áll rendelkezésre megfelelő mennyiségű adat, az eredményes hitelebírláshoz. A válaszokat elemezve látható, hogy a startupok fele-fele arányban értettek egyet azzal a kijelentéssel, hogy a startup számára a legjobb ha befektetőhöz fordul a szükséges tőke megszerzéséhez. A vállalkozások, bár nem sokkal, de nagyobb aránnyal (56%) gondolták úgy, hogy a vizsgált skálázható kérdéssel nem értenek egyet, olyannyira, hogy csupán egyetlen vállalkozás volt az, aki teljes mértékben egyetértett az állítással. A propozícióm megdöntését bizonyítja az is, hogy a kutatási módszertan fejezetben említett Balogh Péter által működtetett blogon olvasható, hogy például nem éri meg a befektetőnek helyi kis vállalkozásokba, családi kézműves cégekbe pénz befektetni, és a kockázati tőkés, mivel specializált műfaj csak néhány jól meghatározott

témára nyújtanak finanszírozási forrást. Ebben a kérdésben a befektető és a befektetés kereső viszonya is meghatározó szempont. Ezzel a témával foglalkozik az Innonic Talk Podcast egyik adása is. A kockázati tőkebefektetők nyugaton sokkal alapítóbarátabbak mint nálunk ezt a gyakorlat mutatja, hiszen abba az esetben is ha, csak egy kis mennyiségű tőkét vesznek igénybe a startupok, ezért cserébe a befektető mindent kontroll alatt akar tartani, mindenhez az ő engedélye szükséges. A magyar gyakorlatban nem ritka, hogy a befektető már folyó tárgyalások időszakában egyre újabb és több feltételt támaszt a startup elé.

Összegezve egy startup számára nem minden esetben a befektető nyújtja a megfelelő finanszírozási forrást, mert a nyugati befektetők sokkal alapítóbarátabb viselkedést mutatnak az alapítókkal szemben.

5.7. A PITCH BEFOLYÁSOLÓ SZEREPE

Az utolsó két skálázható kérdés, amely az első kutatási kérdésem megválaszolására hivatott, a befektetők meggyőzésével kapcsolatosak. Az egyik kérdés középpontjában az üzleti terv fejlődésének szükségessége áll. Ezzel kapcsolatban az állításom a következő: Az üzleti terv fejlődése minden startup számára fontos, hiszen egy pontos és sokkal kifejtettebb üzleti terv előbb meggyőzi a befektetőt, mint az az üzleti terv, amely tanulmányozása során sok kérdőjel és kétely merül fel a befektetőben. Az magától értetődő, hogy egy korai fázisban lévő startupnak nem lesz olyan fejlett az üzleti terve, mint egy érettebb szakaszban lévő startupnak, de ha a korai fázisban lévő vállalkozás szintet lép és már érettebb lesz sokkal több adat áll rendelkezésükre egy fejlettebb üzleti tervhez. Ezek mellett még az is megemlíteném, hogy ha egy adott startup mind a korai mind pedig az érettebb szakaszban is keres befektetőt, a startup megítélését is rontja, ha mindkét fázisban ugyanazzal az üzleti tervvel próbálja meggyőzni a potenciális befektetőt. Az előbb említett befektető meggyőzéséhez kapcsolódó másik kérdésem, arra vonatkozott, hogy a pitch valóban befolyásoló tényező lehet a befektetéshez jutásnál. Az feltételezésem az, hogy a pitch valóban befolyásoló tényező egy startup számára a befektető meggyőzésénél. Léteznek különböző fajta pitchek, ezeknek a hosszúsága, illetve a célja is különböző. Példaként említsük a standard pitchet és az elevator pitchet és az előbbi egy hosszabb pitch fajta, amely keretében a startupok bemutatják, hogy felismertek egy meghatározott problémát vagy egy kielégítetlen igényt, amelynek megoldására a piacon lenne kereslet, ezzel ellentétben az elevator pitch egy rövid 2-3 perces prezentálás, amelynek a lényege, hogy a pitchelő tömören, de ennek ellenére figyelemfelkeltően és emlékezetesen mutassa be a termékét vagy szolgáltatását. Az üzleti terv fejlődésének fontosságát mind a két kérdőívet kitöltő csoport túlnyomó többsége relevánsnak tartotta.

Csak egyetlen válaszadó volt a vállalkozások között, aki ezzel nem értett egyet. Ezek az adatok egyértelműen a hipotézisem helyességét igazolják. A pitch meggyőző erejét azonban már többen megkérdőjelezték, mivel 19% nem értett egyet azzal, hogy a pitch befolyásoló lehet a befektetés elnyerésénél. A startupok mindegyike egyetértett, hogy a pitch hatásával van a befektetéshez jutásra, az egyetértés határozottságát vizsgálva elmondható, hogy a startupok fele teljes mértékben egyetértett a kijelentéssel a másik fele a skála 4 fokán elhelyezkedő inkább egyetértek választ jelölte be.

A befektetéshez jutásnál fontos és befolyásoló szerepe van a befektetők meggyőzése érdekében az üzleti terv fejlődésének és a befektetőknek előadott pitchnek is, hiszen ez is egyfajta képet nyújt a vállalkozásról a potenciális befektető számára.

5.8. A CROWDFUNDING, MINT ALTERNATÍVA

A második kutatási kérdésem a befektetés keresés alternatíváiként létrejött módszerek ismertségét és hasznosságára tért ki. A meglátásom az, aki ismeri ezt a finanszírozási formát valószínű, hogy a két legnagyobb crowdfunding platform az IndieGoGo és a Krickstarter eszébe jut a közösségi finanszírozás hallatán. Az első ilyen alternatíva a közösségi finanszírozás lenne, amely ismertségét a kérdőívem segítségével is vizsgáltam. Ez egy mikrohitelzési forma, amely a startupok számára is kiváló, hiszen a célja éppen azoknak a segítése, akik nehezen jutnak hozzá finanszírozási forráshoz. A crowdfunding weboldalaknak több fajtája létezik, amelyek a következők:

- adománygyűjtő oldalak, itt a felhasználók többségében közcélú projektek létrehozása céljából adományozhatnak, amelyekért ellenszolgáltatást nem kapnak.
- jutalomalapú oldalak, ez hasonlít az előző fajta oldalhoz, azonban itt kapnak ellenszolgáltatást az adományaikért az adakozók pl.: kisebb ajándékokat, kedvezményeket
- hitelezéssel foglalkozó oldalak, magánszemélyek vagy vállalkozások más magánszemélynek és vállalkozásoknak kölcsönöket nyújthatnak
- tőkebefektetés alapú oldalak, ezek esetében a befektető a befektetett összeg ellenében részesedést kap az adott vállalkozásból

Ez a finanszírozási forma nem csak a befektetéshez jutás szempontjából lehet előnyös egy startup számára, hanem a befektetőknek a száma akár egy jelzés is lehet számára, hogy mennyire kelti fel az emberek figyelmét a startup által kitalált termék vagy szolgáltatás. A vizsgálatom eredményeképpen elmondható, hogy a közösségi finanszírozást a startupok

mindegyike és a vállalkozások nagy része ismeri. A közösségi finanszírozáshoz kapcsolódó weboldalak ismerete már megosztóbb volt. Míg a vállalkozások 31%-a nem tudja mi az a közösségi finanszírozás a közösségi finanszírozáshoz kapcsolódó platformokat 43% nem ismer. A startupok estében mindössze egyetlen válaszadó nem ismert ilyen platformot, de a közösségi finanszírozással, mint befektetéshez jutási alternatíva minden startup tisztában volt. A válaszok között, ahogy a hipotézisemben is említett a leggyakrabban az IndieGoGo és a Kickstarter jutott eszébe a kitöltőknek. Meglepő eredmény, hogy az erre a célra létrehozott hazai crowdfunding oldal a Tőkeportál csak egyetlen egy válaszban merült fel. A Tőkeportál által szervezett Kanapé pitch elnevezésű események ezt a finanszírozási lehetőséget népszerűsítik, hiszen ennek keretében az éppen aktuális vagy a közeljövőben aktuális kampányokat mutatják be, amelyekbe be lehet fektetni. Ezenkívül a befektetés keresés szempontjából fontos vendégek mesélnek a személyes tapasztalataikról, így akár befektetői szemszögből is megismerjük a startupok helyzetét.

Bár a közösségi finanszírozás, mint befektetési alternatíva ismert, de az ehhez kapcsolódó crowdfunding weboldalak már kevésbé, valamint a nemzetközi IndieGoGo és a Kickstarter ismertebb, szemben a hazai tulajdonban lévő Tőkeportállal.

5.9. A KÖZÖSSÉGI MÉDIA SZEREPE

Szintén a második kérdéshez kapcsolóan a kérdőívem tartalmaz skálázható kérdéseket is. A hipotézisem ezekkel kapcsolatban, hogy bár hasznosnak találják az emberek ezeket, de az online térben lévő helyett még mindig a személyes befektetéshez jutási módokat használja többen. Az első három kérdés az internet és a közösségi weboldalak adta lehetőségeket véleményezi. Az internet az a hely, ahol már szinte bármilyen témában találunk tartalmakat, így van ez a befektetés keresésnél is, direkt erre a célra léteznek olyan platformok, illetve applikációk, amelyek az interneten lévő befektető keresését segítik. A közösségi oldalakon is van lehetőség már befektetés keresésre, a Facebookon külön csoportok szerveződtek erre, ezenkívül a LinkedIn, amely egy professzionálisabb közösségi médiás platform is alkalmas erre a célra. Mind az internet adta lehetőségeket, mind a közösségi weboldalakat nagyobb arányban találták a startupok hasznosnak, mint a vállalkozások. Azonban az vitathatatlanul elmondható, hogy mindkét célcsoport egyetértett azzal, hogy nem használnák a social média adta lehetőségeket befektetés keresésre. Ezzel a hipotézisem egyértelműen beigazolódott. A média által szervezett műsorok készítése jó ötlet. Nem csak az internet, hanem a média is szervez műsorokat, ahol a startupok is bemutatkozhatnak befektetés reményében. De akár ezt a célt szolgálják a közösségi események is. A médiában megjelenő műsorok nem csak a

startupoknak hanem a kreatív embereknek is inspiráló lehet, olyan szempontból, hogy ha eddig nem mertek belevágni a vállalkozás indításba és a befektetés keresésbe a műsor előremozdíthatja az elhatározásukat. A közösségi események, nem csak a befektetéshez jutásnál lehet előnyös, hanem a kapcsolati tőke szerzéshez is. Vannak olyan események, amelyek kifejezetten startupoknak valók azonban ezekkel az a baj, hogy nem minden esetben szereznek tudomást róla azok, akiknek ezek az események szólnak. A startupok mindegyik a média által szervezett műsorokat jó ötletnek tartotta. Ezenkívül a közösségi eseményeket is hasznosnak találta a befektetéshez jutás szempontjából. Azon a válaszokat elemezve elmondható, hogy a kijelentéssel való egyetértés határozottságát illetően eltérés mutatható ki a válaszadók között. A vállalkozások véleménye, ezeket a témákat tekintve nem volt, ilyen osztatlan, a befektetéshez jutásról készült műsorok a vállalkozások 25% szerint nem jó ötlet. A közösségi eseményekre vonatkozó kérdésre sem kaptam egybehangzó választ, azonban itt a válaszok közötti diverzitás kisebb volt, mint az előzőnél.

A média által készített műsorok és a közösségi események hasznosak lehetnek a befektetéshez való hozzájutás szempontjából, azonban az internet és a közösségi média adta lehetőségek, bár hasznosak, de a startupok jelenleg ezek használatát még mellőzné.

5.10. JÖVŐBELI LEHETSÉGES BEFEKTETÉSEK

Az utolsó kutatási kérdésem, hogy vajon létezik-e olyan befektetés keresési mód, amely még nem szerepel egy tudományos munkában sem. A hipotézisem az, hogy van hiszen folyamatosan jelennek meg újdonságok a gazdaságban, így akár a befektetéshez való hozzájutás területén is. A kérdés azért merült fel bennem, mert a szakirodalomban vannak olyan befektetési lehetőségek, amelyek már régen nem aktuálisak. Korábban a vállalkozásoknak az indítása sokkal könnyebb volt, hiszen nem kellett ennyi feltételeknek megfelelniük ahhoz, hogy megkapják a befektetést. A kapcsolati tőke nagyon fontos a vállalkozások számára. Éppen erre a kapcsolati tőkére épít az új befektetés keresési mód, amely szintén az eseményeken való részvétel keretében valósulhat meg, de az események, programok alatt nem a startupok számára szervezett célzott eseményeket kell érteni, hanem szabadidős események, rendezvények például akár egy jótékonysági esemény, egy koncert alkalmas lehet arra, hogy kapcsolati tőkét szerezzünk, és ez által befektetéshez jussunk.

Összegezve, vannak olyan befektetési lehetőségek, amelyek a gyakorlatban már léteznek, de a tudományos munkák, elemzések nem tettek róla még említést, új lehetőségként a szabadidős rendezvények, illetve események szolgálhatnak a kapcsolati tőke megszerzéséhez, amelyek által a startup befektetéshez juthat.

6. EREDMÉNYEK ÖSSZEGZÉSE, JÖVŐBELI KUTATÁSI LEHETŐSÉGEK

Összefoglalás:

Összefoglalva a dolgozatom vizsgálatát képező startupok befektetéshez jutásáról elmondható, hogy nem minden esetben követik a befektetéshez jutás elméletét, amely az eddig folytatott kutatások eredményeképpen kialakult szakirodalomban található.

Kutatásom eredményei, amelyek a befektetéshez jutás elmélete és gyakorlata közötti különbség, egyezőség feltárására hivatott:

- A startupokról nem mondható el, hogy követik a szakirodalmi elméletet, olyan tekintetben, hogy a szakirodalomban leírt érettségi szakaszoknak megfelelő befektetőtől vesznek igénybe befektetést.
- A leggyakrabban igénybe vett befektetési lehetőség a kockázati tőkebefektetés, a többi befektetési lehetőség csak csekély arányt képvisel a befektetési módzatok körén belül.
- A startupoknak van tudásbeli hiánya, illetve tévhite a befektetéshez jutással kapcsolatban.
- Vannak olyan befektetési lehetőségek, amellyel csak a korai fázisban lehet élni, azonban az, hogy az érettebb fázisokban is szűkülne a befektetési lehetőségek köre nem igaz.
- Egy startup befektetéshez jutási lehetőségét befolyásolja az iparág, amelyben tevékenykedik, ezzel kijelenthető, hogy az iparfüggőség létezik a startupok életében.
- A startup számára nem minden esetben a befektető nyújtja a megfelelő finanszírozási forrást, mert a nyugati befektetők sokkal alapítóbarátabb viselkedést mutatnak az alapítókkal szemben.
- A befektetéshez jutásnál fontos és befolyásoló szerepe van a befektetők meggyőzése érdekében az üzleti terv fejlődésének és a befektetőknek előadott pitchnek is, hiszen ez is egyfajta képet nyújt a vállalkozásról a potenciális befektető számára.

Ezenkívül a digitalizációhoz köthető befektetéshez jutás alternatívájaként létrejött módszerek ismertségét és hasznosságát is vizsgáltam. Ennek eredményeképpen összefoglalva elmondható, hogy bár ismertek az előbb említett alternatívák, de a hasznosságukat tekintve, még mindig a személyes befektetés keresés a gyakoribb.

Kutatásom eredményei, amelyek a digitalizációhoz köthető befektetéshez jutási alternatívákhoz köthető:

- Bár a közösségi finanszírozás, mint befektetési alternatíva ismert, de az ehhez kapcsolódó crowdfunding weboldalak már kevésbé, valamint a nemzetközi IndieGoGo és a Kickstarter ismertebb, szemben a hazai tulajdonban lévő Tőkeportállal.
- A média által készített műsorok és a közösségi események hasznosak lehetnek a befektetéshez való hozzájutás szempontjából, azonban az internet és a közösségi média adta lehetőségek, bár hasznosak, de a startupok jelenleg ezek használatát még mellőznék.

Ezekon kívül még a jövőbeli lehetséges befektetés keresési módszerek meglétét kutattam, amely még egyetlen tudományos írásban sem jelent meg. Ennek keretében a kutatásom eredményeként a következőre jutottam

- Vannak olyan befektetési lehetőségek, amelyek a gyakorlatban már léteznek, de a tudományos munkák, elemzések nem tettek róla még említést, új lehetőségként a szabadidős rendezvények, illetve események szolgálhatnak a kapcsolati tőke megszerzéséhez, amelyek által a startup befektetéshez juthat.

Jövőbeli kutatási lehetőségek:

A jövőt illetően az első kutatási kérdésemhez kapcsolódóan merülnek fel kutatási lehetőségek, ennek keretében a következő vizsgálandó témák merülnek fel:

- Jövőbeli kutatás keretében szeretném megismerni a részletesebben a startupok és a vállalkozások véleményének hátterét, hogy a jelenlegi kutatásom kérdőíveiben szereplő kérdésekre miért azt az adott választ adták, így még erőteljesebben kiütköznek a véleménybeli különbségek a két célcsoport között.
- Ezenkívül a következő kutatásom egyik lényeges vizsgálat tárgyát képező téma lenne, a startupok tudásbeli hiányának részletesebb feltárása, illetve milyen tévhitek élnek a befektetéshez jutással kapcsolatban a startupok fejében.
- Az előző vizsgálati tárgyhöz kapcsolódóan bemutatható lenne, hogy a startupok mentorainak milyen szerepe van a tévhitek elterjedésében vagy esetlegesen a tudásbeli hiány kezelésében

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Chikán, A., 2020. *Vállalatgazdaságtanba*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Dr. Husti, I., 2013. *Az innovációmenedzsment elemei*. Gödöllő: Szent István Egyetemi Kiadó.
- Gerold, A., Werner, P. & Dietmar, P., 2014. *Moderne Wirtschaftsgeschichte*
- Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal, 2006. *Olso kézikönyv*, Budapest
- Vecsenyi, J., 2014. *Kisvállalkozások indítása és működtetése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Források

- Innonic, 2021. *Mi alapján válassz kockázati tőkebefektetőt*. Debrecen
- Karsai, J., 2019. *Szakirodalmi áttekintés a korai fázisú, gyorsan növekedő innovatív vállalkozások tőkefinanszírozását segítő alternatív megoldásokról*, Budapest:
- Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Közgazdaság-tudományi Intézet.
- Molnár, E. M., 2021. *AZ ÁLLAMI KOCKÁZATI TŐKEBEFEKTETŐK SZEREPE A STARTUP ÖKOSZISZTÉMÁBAN ÉS BEFEKTETÉSI PREFERENCIÁIK*. Budapest
- Szeles, N., 2021. *Kanapé Pitch*. Budapest

Internetes források

- Balogh, P., 2017. *StartupCoelho*. [Online]
<https://startupcoelho.com/2017/11/08/nem-mindenre-valo-a-kockazati-toke-sem/>
[Hozzáférés dátuma: 13. 11. 2021].
- Dénes, Z., 2021. *VG Világgazdaság*. [Online]
<https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2021/04/elkeszult-az-első-magyar-startup-toplista>
[Hozzáférés dátuma: 25. 09. 2021].
- Ipargazdasági és Technológiai Menedzsment Tanszék, Norvég Tudományos és Technológiai Egyetem (NTNU), 2021. *ScienceDirect*. [Online]
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621005357>
[Hozzáférés dátuma: 02. 10. 2021].
- Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal, 2020. [Online]
<https://hsup.nkfi.gov.hu/>
[Hozzáférés dátuma: 26. 9. 2021].

Szelei , B., 2013. *Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal*. [Online]
<https://nkfih.gov.hu/hivatalrol/sajtokozlemenyek/nemzetkozi-zsuri>
[Hozzáférés dátuma: 06 11 2021].

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

Startupok által kitöltött kérdőív kérdései:

A startup melyik életciklusban fordult befektetőhöz? (Jelöljön be egyet vagy többet)

- Kutatás és fejlesztés szakasz
- Demonstráció szakasza (itt valósul meg a prototípus elkészítése, illetve a termék bemutatása)
- Kereskedelmi fázis (terméket bevezetik a piacra)

Milyen jogcímen jutott a vállalkozás befektetéshez? (Jelöljön be egyet vagy többet)

- hitel
- kölcsön
- támogatás

A befektetés milyen típusú befektetés volt? (Jelöljön be egyet vagy többet)

- GINOP
- TÁMOP
- Horizon2020
- Eszköz befektetés
- Részesedésen alapuló befektetés
- Egyéb

Milyen forrásból származik a befektetés?

- állami/nemzeti
- EU-s
- nemzetközi

Milyen befektetési lehetőséget kapott a vállalkozás? (Jelöljön be egyet vagy többet)

- támogatás általi befektetés
- hackathonon szerezhető befektetés
- üzleti angyalok
- kockázati tőkebefektetők
- akceleratorok, inkubátorok
- Egyéb

Milyen céllal alakult a vállalkozás?

- Álmai megvalósítása
- Egy életen át tartó megélhetés biztosítása
- Kényszer (pl.: tevékenységét tudja művelni)
- Ötlet kipróbálása a valóságban
- Egyéb:

Skálázható kérdések

Van olyan befektetési lehetőség, amellyel csak korai fázisban lehet élni

Az érettebb szakaszban is szűkül a vállalkozás befektetéshez jutási lehetősége

Bármely iparágban lehet tevékenykedni startupként

Ugyanolyan eséllyel találnak a különböző iparágban tevékenykedő startupok befektetést

A startupban lévő potenciál fontosabb, mint az, hogy mely iparágban munkálkodik a cég

Egy startup számára a legjobb finanszírozási forrást a befektető nyújtja

Fontos az üzleti terv fejlődése a különböző szakaszban befektetést kereső startupoknak

Befolyásoló a pitch a befektető meggyőzésénél

Ismeri-e, hogy mi az a közösségi finanszírozás?

- igen
- nem

Tudja-e mi az a közösségi finanszírozáshoz kapcsolódó crowdfunding oldal?

- igen
- nem

Ha az előzőre igennel válaszolt, mi a crowdfundig oldal neve?

.....

Skálázható kérdések

Hasznosnak találom az interneten megjelenő befektető kereső oldalakat

Hasznosnak tartom, hogy lehet a közösségi weboldalak a befektetés keresésnél

Használom a közösségi weboldalakot befektetés kereséshez

Jó ötletnek tartom, hogy a média készít olyan műsorokat, ahol befektetéshez juthatunk

Befektetés kereséshez hasznosnak tartom a különböző közösségi eseményeket

Vállalkozások által kitöltött kérdőív kérdései:

Skálázható kérdések

Van olyan befektetési lehetőség, amellyel csak korai fázisban lehet élni

Az érettebb szakaszban is szűkül a vállalkozás befektetéshez jutási lehetősége

Bármely iparágban lehet tevékenykedni startupként

Ugyanolyan eséllyel találunk a különböző iparágban tevékenykedő startupok befektetést

A startupban lévő potenciál fontosabb, mint az, hogy mely iparágban munkálkodik a cég

Egy startup számára a legjobb finanszírozási forrást a befektető nyújtja

Fontos az üzleti terv fejlődése a különböző szakaszban befektetést kereső startupoknak

Befolyásoló a pitch a befektető meggyőzésénél

Ismeri-e, hogy mi az a közösségi finanszírozás?

- igen
- nem

Tudja-e mi az a közösségi finanszírozáshoz kapcsolódó crowdfunding oldal?

- igen
- nem

Ha az előzőre igennel válaszolt, mi a crowdfundig oldal neve?

.....

Skálázható kérdések

Hasznosnak találom az interneten megjelenő befektető kereső oldalakat

Hasznosnak tartom, hogy lehet a közösségi weboldalak a befektetés keresésnél

Használom a közösségi weboldalakot befektetés kereséshez

Jó ötletnek tartom, hogy a média készít olyan műsorokat, ahol befektetéshez juthatunk

Befektetés kereséshez hasznosnak tartom a különböző közösségi eseményeket