

Végül is mitől gazella egy gazella?

Komlósi Éva – Szerb László
Pécsi Tudományegyetem

A TANULMÁNY CÉLJA

Az utóbbi években több olyan vizsgálat látott napvilágot, amelyek a gyors növekedésű vállalkozások (ún. gazellák) beazonosításával kapcsolatos módszertani problémákra, valamint a kapott eredmények ellentmondásos jellegére hívják fel a figyelmet. Tanulmányukban átfogó összefoglalást nyújtunk a módszertani és koncepcionális dilemmákat tárgyaló szakirodalomról. Külön figyelmet fordítunk a kelet-közép-európai és a hazai gazellakutatásokra.

AZ ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Irodalom-áttekintés, korrelációelemzés

A LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK, ÚJDONSÁGOK

A gazella szakirodalom majd három évtized kutatása után sem tudja egyértelműen beazonosítani a gazellákat. Az empirikus tanulmányok ellentmondásos eredményeket közöltek mind a demográfiai mind a vállalati belső tényezők növekedésre gyakorolt hatásáról. Általában a kisebb méretű és fiatal cégek növekednek gyorsabban, de gazellák lehetnek idősebb és nagyobb cégek is. A gyors növekedéshez nem kell csúcstechnológias iparágba tartozni, sőt még az innováció vagy az export sem feltétlenül szükséges. A jól menedzselte, másokkal kooperáló cégek nagyobb valószínűséggel válnak gazellává. A finanszírozás a növekedés egyik sarokpontja, azonban kockázati tőkével a gazellák kis része finanszírozott. Áttekintésünkben kiderül, hogy a kelet-közép-európai vizsgálatok ugyancsak eltérő, egymásnak olykor ellentmondó eredményekre jutottak. A módszertani problémák érzékeltetése céljából a szakirodalomban gyakorta alkalmazott különböző gazella definíciók alapján kiszűrtük a gyorsan növekvő vállalkozásokat egy, a magyar KKV-kat 2010 és 2015 között vizsgáló adatállomány felhasználásával. A magas növekedés összefüggéseit a demográfiai és a belső vállalati tényezőkkel egy korrelációs táblában mutattuk be.

KUTATÁSPOLITIKAI JAVASLATOK

A gazellák meghatározását egységesíteni kellene, és standardizálni szükséges a növekedés mérőszámait is. Szükség lenne az egyes tényezők összefüggéseit rendszerszemléletben megjelenítő modellek kifejlesztésére. A belső tényezőket alaposabban feltáró kérdőíves felmérések szükségesek, amelyekkel az eddigieken túlmenően a növekedés állami eszközökkel történő befolyásolását is vizsgálni lehet.

Kulcsszavak: gazella, gyors növekedésű vállalkozás, vállalati növekedés, Kelet-Közép-Európa

BEVEZETÉS

Egy brit kutatócsoport az 1990-es években az European Task Force-től kapott megbízást arra, hogy állítsanak össze egy listát a gyorsan növekvő európai cégekről. Az összeállítás célja volt, hogy a rajta szereplő vállalkozások sikertörténetei más cégek számára példát mutassanak (role model). Ugyanakkor a listán szereplő vállalkozásokon tesztelni kívánták, hogy a nekik nyújtott pénzügyi támogatások valóban hatásosak-e. A szerzők az adatállomány összeállításakor számos olyan nehézséggel szembesültek, mint az elérhető adatbázisok megbízhatatlansága, az eltérő pénzügyi adatokat rendelkezésre állása és a kérdőíves kutatások esetében a kérdések országonként eltérő értelmezése (Birley et al. 1995). Pedig akkor, az 1990-es évek elején még gyerekcipőben járt a gazellakutatás.

A gyors növekedésű vállalkozások beazonosítása, jellemzőik meghatározása, valamint a gazdasági növekedésben játszott szerepük feltárása napjainkra széles körben kutatott területté vált. Az utóbbi néhány évtizedben látványosan megszorozódott a gazellákkal foglalkozó tanulmányok száma. Erre utal az is, hogy a Google Scholar tudományos keresőben a *high-growth firms*, *high-impact firms*, *fast-growing firms*, illetve *gazelle* kulcsszavakra rákeresve több ezer hivatkozást kapunk eredményül. Például a *high-growth firms* és *gazelle* kifejezéseket egyszerre beírva a keresőbe összesen 1030 darab találatot kapunk, melynek több mint felét (735 db) csak az elmúlt öt évben publikálták. 2015-ben eddig 95 olyan tanulmány jelent meg, amelyekben valamilyen módon utalás történik a gyors növekedésű vállalkozásokra. A magas találati számokat elnézve nem meglepő, hogy az utóbbi néhány évben megjelent jó néhány, a korábbi vizsgálatok eredményeit rendszerező tanulmány is. Ugyanakkor úgy tűnik, hogy arengeteg tanulmány ellenére továbbra is csak egy dologot állíthatunk biztosan a növekedéssel kapcsolatban, amit már a 60-as években *Edith Penrose* is megállapított, hogy valóban *trükkös probléma*.

Ezen cikk alapvető célja, hogy bemutassuk a gazellavizsgálatok meglehetősen ellentmondásos eredményeit, illetve áttekinthető adjunk a leggyakrabban felvetett módszertani problémákról. A második fejezetben a gazellakutatás koncepcionális kérdéseit, majd a módszertani problémákat tekintjük át. A növekedés meghatározó tényezőinek vizsgálata során dominálnak a vállalatok egyéni sajátosságait elemző felmérések és vizsgálatok. A leginkább elterjedtek a nagy cégregiszterek, a mérlegen, a pénzügyi és az eredmény-kimuta-

tásokon alapuló felmérések. Ezek a nagymintás, hosszabb, akár egy évtizedet is felölelő kutatások elsősorban a cégek vállalat-demográfiai jellemzőit, korát, metétét, iparágát, pénzügyi jellemzőt és korlátozottan a tulajdonos-menedzserek vállalkozási jellemzőit tudják kapcsolatba hozni a növekedéssel. Ennél lényegesen kisebb adatállományúak azok a felmérések, amelyek a növekedés magatartási tényezőit, az innovációt, a stratégiát, a menedzsmentet, a finanszírozást, finanszírozási struktúráját, a nemzetköziesedést (exportorientációt) vagy a kapcsolati hálózatot (networking) próbálják kapcsolatba hozni a növekedéssel. Ezt a logikát követjük a cikk harmadik és negyedik részében. Röviden foglalkozunk a nem túl bőséges kelet-közép-európai gazella vizsgálatokkal is. Végezetül egy, a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karán jelenleg is folyó kisvállalati felmérés adatait felhasználva illusztráljuk a gazellák azonosításának és növekedési tényezői feltárásának nehézségeit.

A GAZELLAKUTATÁSOK KONCEPCIONÁLIS PROBLÉMÁI

A kis- és közepes méretű cégek (KKV) gazdasági és társadalmi fontossága ma már közzismert. Hosszú ideig, egészen az 1980-as évekig tartotta magát az a John Kenneth Galbraith (1970) nevével; fémjelzett irányzat, amely a hatékony, tömegtermelő nagyvállalatok domináns szerepét hangsúlyozta. Az elsők között volt David Birch (1979, 1981), aki a kis- és középvállalatok munkahelyteremtő szerepével foglalkozó tanulmányával nagy lökést adott a KKV-k különleges szerepét hangsúlyozó, mára igencsak terjedelmessé vált kutatási iránynak. Ugyanis az általa közölt eredmények szerint az USA-ban 1981 és 1985 között a kis- és középvállalatok számának volt köszönhető az új munkahelyek 88%-a. A tanulmány megjelenését követően azonban többen is hangsúlyozták, hogy a KKV-k szerepének megítélésakor figyelembe kell venni azt is, hogy az egyes országok különböző iparágáiban 20-40% között mozog a második évkre tönkrement cégek aránya, illetve a cégeknek csupán 40-50%-a működik a hetedik évet követően is (Audretsch 1995, Bartelsman et al. 2005, Santarelli & Vivarelli 2007). Storey (1994) eredményei szintén megerősítették, hogy a 20 főnél kevesebb főt foglalkoztató cégek felelősek az új munkahelyek 54%-áért. A szerző azonban egyúttal arra is rámutatott, hogy ugyanazon méretkategóriába tartozó cégek felelősek – meglepő módon szintén 54%-ban – a munkahelyek megszűnéséért is.

A későbbi tanulmányok a munkahelyteremtés mellett megkérdőjelezték a KKV-k magasabb termelékenységével kapcsolatos korábbi állításokat is. Például Disney *et al.* (2003) az Egyesült Királyság gépiparának termelékenységét vizsgálva mutatták be, hogy a már működő vállalkozások esetében a szervezeti tanulás és az új technológia bevezetése 44,6%-ban magyarázta a termelékenységnövekedést, ugyanakkor az új üzemnyitása/zárása pedig mindössze 33,2%-ban. A vizsgálatok nyomán árnyaltabb lett a KKV-k innovációban betöltött szerepéről vallott felfogás is. Az erőteljesen koncentrált iparágakban (belépés nehéz, magasabb a kisajátítás lehetősége, korlátozottabb az új technológiai lehetőségek bevezetése) jellemzően a nagyvállalatok a K+F és az innováció fő támogatói, míg a KKV-k inkább a kevésbé koncentrált iparágakban innoválnak (Ortega-Argilés *et al.* 2009). Holtz-Eakin (2000) összefoglaló tanulmányukban megállapítják, hogy az újonnan induló KKV-k „*társadalmi hőstette*” (mint kiemelkedő munkahelyteremtők) inkább feltételezett, semmint empirikus kutatásokkal alátámasztott. Ugyanakkor úgy vélik, hogy az egyre egzaktabb módszertani megoldások alkalmazásának lehetősége, az adatok elérhetőségének folyamatos javulása lehetővé teszik a korábbi megállapítások felülvizsgálatát. Ez pedig hozzájárulhat, hogy jobban megértsük a KKV-k gazdaságban betöltött szerepét és a növekedés természetét. Mindezek ellenére jellemző, hogy a politikai döntéshozók továbbra is ragaszkodnak a KKV-kkal kapcsolatos korábbi, és az újabb kutatások fényében már nem helytálló elképzeléseikhez. Dennis (2011) világít rá arra az összefüggésre, miért a kis- és középvállalkozások kerültek a politikai döntéshozók érdeklődésének homlokterébe: „...*a politikusok számára a munkahelyteremtés kiemelt prioritással bír. A KKV-k munkahelyeket teremtenek, ezért a KKV-k a politikai döntéshozók kiemelt kedvezményezettjei*” (Dennis 2011, 92).

Birch és Medoff (1994) tanulmánya az elsők között mutatott rá arra, hogy valójában a KKV-knak csak egy igen kis százaléka, az ún. *gyors* növekedésű vállalkozások, ahogy ők nevezték *gazellák*, felelősek az új munkahelyek jelentős hányadának létrehozásáért. Véleményük szerint ugyanis a cégek nagy százaléka megmarad ún. „*kisegérmek*”, azaz nem hajlandó (vagy képes) a növekedésre, alacsony a termelékenysége, nem innovál és inkább megtévesztő pezsgést generál egy-egy iparágban semmint valós iparági növeke-

dést. A „*kisegérmek*” és „*gazellák*” mellett ott vannak az „*elefántoknak*” aposztrofált nagyvállalatok is, amelyekre ugyanakkor a relative lassú növekedés a jellemző. A szerzők tanulmányát követően hamar elterjedt az a nézet, hogy érdemes különbséget tenni az ugyan jelentős számú, de gazdasági szempontból marginális szerepet játszó, alacsony vagy átlagos teljesítményű (új vagy érett) vállalkozás és a *kiszzámú, de magas teljesítményű* és relative gyors növekedésre képes *vállalkozás* között, amelyek valóban jelentős hatást gyakorolnak a gazdaságra.

Emiatt kerültek a növekedésre, és kiváltképp a gyors növekedésre képes, vállalkozások a kutatók, valamint a politikai döntéshozók érdeklődésének középpontjába. Mára az Európai Unió politikai döntéshozói is felismerték, hogy elsősorban a gyors növekedésű vállalkozások létrehozására kell koncentrálni az EU vállalkozásfejlesztési politikájában. A 2013 szeptemberében elfogadott Entrepreneurship 2020 Action Plan program alcíme (*Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*) is arról tanúskodik, hogy az EU vállalkozásokkal kapcsolatos irányvonalában váltás történt. Ebben a stratégiai tervben egyértelműen megjelenik, hogy több, magas növekedési potenciállal rendelkező új vállalkozásra van szükség az Európai Unió országaiban. A magas növekedésű vállalkozásokat középpontba helyező új fókusz pedig vonzó a politikai döntéshozók számára is, hiszen a gazellák a vállalkozások csupán kis hányadát teszik ki, ami a pénzügyi források egyszerűbb, átláthatóbb és koncentráltabb elosztását teszi lehetővé (Henrekson & Johansson 2010, OECD 2010, Lee 2014). Az EU az ún. Európai Innovációs Unió létrehozásában kiemelt szerepet szán a magas növekedésű innovatív vállalkozásoknak (*high growth innovative enterprises, HGIEs*). Ennek egyértelmű jele, hogy a HGIEs-ek aránya lett a regionális innovációs output egyik hivatalos indikátora.

Bár az EU-s irányváltás ígéretesnek tűnik, azonban a dokumentumok csupán az elérendő célt jelölik ki. A tisztánlátás összességében az nehezíti, hogy a vállalkozási tevékenység számos alapfelvetése (pl. a növekedés minden esetben a sikeresség kulcs tényezőjének tekinthető-e) esetében sincsen meg a konszenzus. Tulajdonképpen ezt a konszenzushiányt mutatja be a jelenlegi összefoglaló tanulmány is. A növekedési szakirodalom egyik úttörője, *Edith Penrose* már az 1959-ben megjelent úttörő munkájában figyelmeztetett, miszerint „*a növekedés trükkös probléma*”.

¹ Egyes szerzők gazelláknak nevezik az 5 évesnél fiatalabb gyorsan növekvő cégeket. Más esetben viszont a gazella kifejezést használják a gyors növekedésű vállalkozás szinonimájaként is (Kolar 2014).

Talán épp a probléma összetett jellegéből fakad a téma iránti felfokozott tudományos érdeklődés, mint azt a vállalati növekedéssel, illetve a gyors növekedésű vállalkozásokkal foglalkozó tanulmányok, riportok, könyvek jelentős száma is alátámaszt. Az érdeklődés jellemzően a gyorsan növekvő cégek arányának, valamint a gyors növekedést befolyásoló tényezők meghatározására, a növekedés vélt pozitív összeg gazdasági hatásának kimutatására, továbbá a potenciális növekedésre képes vállalkozások beazonosítására irányul (Mason & Brown 2013).

Ugyanakkor úgy tűnik, hogy a téma iránti intenzív érdeklődés és számos eredmény ellenére, továbbra is csak nagyon keveset tudunk a vállalkozások gyors növekedéséről és meghatározó tényezőiről, állítják többen is (Audretsch 2012). Davidsson *et al.* (2010) szerint a növekvő számú, újabb és újabb tanulmányok sem járulnak hozzá a növekedés megértéséhez, sőt még inkább megnehezítik a tisztánlátást. Májig nincs a vállalat (gyors) növekedésnek egy általánosan elfogadott definíciója, a növekedés számszerűsítésére használt indikátorok különbözőek, ezért az operacionalizálására tett eddigi kísérletek több kérdést vetnek fel, mint amennyire valójában választ adnak. Feltehetően ezek az okok állnak a gyakorta egymásnak is ellentmondó eredmények hátterében (Moreno & Casillas 2007, Davidsson *et al.* 2010, Daunfeldt *et al.* 2012, Virtanen & Smallbone 2013). A tisztánlátást tovább nehezíti, hogy a növekedést befolyásoló tényezők önmagukban is olyan kutatási területek, ahol szintén hiányzik a szakmai konszenzus (pl. társadalmi tőke, innováció, hálózatosodás, intézmények szerepe). A sokszínűség további hátránya, hogy a kapott eredmények nem igazán hasonlíthatók össze, mivel a tanulmányok eltérő mutatókkal, különböző iparágakban és eltérő időszakokra vonatkozóan vizsgálják és értékelik a gyors növekedést.

A növekedés megértését nehezíti, hogy többféle növekedési pálya létezhet. Delmar *et al.* (2003) különbséget tesz organikus, azaz meglévő cégek expanziója, és koncentrációs (összeolvadás, felvásárlás) növekedés között. A szerzők a gazellák hét klaszterét azonosították a növekedés módja, illetve a vállalkozás karakterisztikái alapján. Azt állítják, hogy az egyes gazellák nagyon különböző módon nőhetnek, ezért nincs olyan, hogy tipikus növekvő cég. Coad (2007) vizsgálata is a többféle növekedési pálya lehetőségét veti fel.

Nincs egyetértés abban a tekintetben sem, hogy milyen és mekkora küszöbértéket kell alkalmazni a leggyorsabb gazella cégek lehatárolására: egyesek a választott mutató esetében legalább egy bizonyos százalékos vagy abszolút növekedést megvalósító

cégeket tekintik gazellának (pl. Birch *et al.* 1995, Autio *et al.* 2000). Ugyanakkor mások rangsorolják a cégeket a választott mutató szerint és a leggyorsabban növekvő cégek bizonyos százalékát (általában 10%-át) tekintik gazellának (lásd például Schreyer 2000, Davidsson & Delmar 2006). Nyilván az eltérő módszerek alapján azonosított gazellák meglehetősen különböznek, ahogyan azt 19 különböző növekedési mutató esetében Delmar *et al.* (2003) szemléltették. Ezzel a témával a következő fejezetben részletesen foglalkozunk.

A növekedés tényezőinek beazonosítására vagy a növekedés mértékének meghatározása mellett/helyett talán célravezetőbb lenne a „hogyan megy végbe a növekedés” kérdésre választ adni. Tisztázni kellene, hogy az egyes tényezők hogyan és milyen módon kapcsolódnak egymáshoz és ez a dinamika hogyan hat a növekedésre (Delmar *et al.* 2003, Wong *et al.* 2005, Davidsson *et al.* 2010, Audretsch *et al.* 2014). Bár a növekedést soktényezős jelenségként kezelő felfogás egyre inkább terjed, a növekedés integrált modellje máig hiányzik (Davidsson *et al.* 2010, Gupta *et al.* 2013).

A NÖVEKEDÉS MÓDSZERTANI KÉRDÉSEI

A gyors növekedéssel kapcsolatos ellentmondó eredmények többek véleménye szerint elsősorban az eltérő vizsgálati módszertanra vezethető vissza (Chandler & Hanks 1993, Murphy *et al.* 1996, Weinzimmer *et al.* 1998, Coad 2009, Davidsson *et al.* 2010, Jeserich *et al.* 2012, Daunfeldt *et al.* 2014). Gupta *et al.* (2013) szerint egyáltalán nem elhanyagolható, hogy a kutatók miként definiálják tanulmányuk tárgyát, azaz magát a vállalkozást. Számos változó alkalmazható a növekedés megragadására is. Gyakran alkalmazzák például a foglalkoztatottak számát, az árbevételt, a profitot, az eszközök értékét, a piaci részesedést, valamint ritkábban a termelékenységet is. Mindegyik változónak megvan a maga előnye és hátránya, éppen ezért mindegyiket fenntartással kell kezelni, hiszen külön-külön alkalmazva csak korlátozottan képesek megragadni a növekedés igencsak összetett jelenségét. Daunfeldt *et al.* (2014) tanulmányukban többféle indikátort is használnak a gazellák arányának meghatározására. A különböző indikátorok alkalmazásával kapott gazellacsoportok ugyanakkor nem fedték le egymást. Nem ugyanazok a vállalkozások a gazellák, ha fogalalkoztatás szempontjából történik a lehatárolásuk, mint ha a termelékenység alapján. Delmar *et al.* (2003), valamint később Shepherd és Wiklund (2009) is arra a megállapításra jutottak,

hogyan az eltérő gazella lehatárolásokkal kapott csoportoknak alig van közös metszete, mivel gyenge a korreláció az egyes növekedési indikátorok között. Davidsson et al. (2009) szerint könnyen elképzelhető, hogy egy cégnél például nő az értékesítésből származó árbevétel, míg a foglalkoztatottak száma nem változik vagy akár csökken. Ez annak is magyarázható, hogy a legtöbb cégvezető a foglalkoztatottak számának növekedését nem elérendő célnak tekinti, hanem a növekedéshez szükséges tényezőnek tartja. Sok cégnél gyakran kihelyeznek komplett feladatokat (outsourcing) más cégekhez. Hasonlóképpen lehetséges az is, hogy egy, a foglalkoztatottak számában vagy az értékesítés árbevételeiben növekvő cég nem profitabilis attól függően, hogy milyen időszakot vizsgálunk a cég életében (Coad 2010).

Az elmúlt időszakban többen is megkérdőjelezték azt a nézőpontot, ami pusztán a rövid távú gyors növekedést tekinti sikernek. Terjedőben van az a felfogás, amely a növekedés fenntarthatóságát állítja a középpontba. A fenntarthatóság viszont felveti a kérdést, hogy milyen időtávon érdemes vizsgálni a vállalkozások növekedését. Gabrielsson 2011 (idézi Virtanen & Smallbone 2013) például svéd gyors növekedésű vállalkozások vizsgálatával kimutatja, hogy azok jellemzően érett cégek, mivel átlagosan 19 év. Hasonló megállapításra jut Heimonen & Virtanen (2012) a finn vállalkozásokkal kapcsolatban, amelyek átlagosan legalább 15 éve működő cégek. Daunfeldt & Halvarsson (2015) közel fél millió svéd cég esetében vizsgálta, hogy a kiválasztott gyors növekedésű vállalkozásokra jellemző növekedés tartósan tekinthető-e. Az 1997-2008 közötti időszakot hároméves periódusokra bontották. Azt tapasztalták, hogy az első periódusban gyorsan növekvő cégek nem növekednek a következő periódusokban, sőt jelentős visszaesést tapasztalnak el.

A gyors növekedésű cégek vizsgálatával foglalkozó tanulmányok általában kétféle módot kínálnak a beazonosítására: (1) meghatároznak egy első növekedési küszöbértéket és azon cégeket, amelyek ezt meghaladják gazellának tekintik (abszolút növekedés), vagy (2) adott iparágban a leggyorsabban növekvő cégek meghatározott százalékát tekintik gazellának (relatív növekedés). Daunfeldt et al. (2014), valamint Delmar et al. (2003) felhívják a figyelmet, ha relatív változóval történik a mérés, akkor jellemző, hogy a növekedés csak időszakos. Ugyanakkor abszolút mutatót választva nagy a valószínűsége annak, hogy a következő perio-

dusban is növekedés lesz tapasztalható. Amennyiben relatív mutatók alkalmazásával történik a gazellák beazonosítása, úgy jellemzően felülreprezentáltak lesznek a kisméretű cégek, míg az abszolút mutatók a nagy cégek növekedését nagyítják fel.

A fenti probléma érzékeltetése céljából az alábbi vizsgálatot végeztük el. A szakirodalomban gyakorta alkalmazott különböző definíciók alapján kiszűrtük a gyorsan növekvő vállalkozásokat egy a magyar KKV-k versenyképességét 2010 és 2015 között vizsgáló adatállományból. Az adatgyűjtés két fázisban – 2014-ben és 2016-ban – zajlott. Így a rendelkezésre álló adatállomány összesen 987 cégről tartalmaz pénzügyi és létszámadatokat. A minta rétegzetten reprezentatív.

A gazellák számának meghatározására az abszolút és relatív küszöbértékek mellett az OECD által használt mutatót, illetve a Birch-indexet használtuk. Az OECD (2010) definíciója szerint gyorsan növekvőnek számít minden olyan vállalkozás, amelynek az átlagos éves növekedési üteme egymást követő három éven keresztül meghaladja a 20%-ot, és tíz vagy annál több alkalmazottal rendelkezik a vizsgált időszak elején. A Birch-index a százalékos növekedés mellett a foglalkoztatottak számának vagy az árbevételnek az abszolút értelemben vett növekedését is figyelembe veszi. Leggyakrabban a cégek legmagasabb Birch-indexszel jellemezhető 10 százalékát tartják gyorsan növekvőnek (Békés – Muraközy 2012). Vizsgálati időszakként hároméves időtávokat határoztunk meg (2010-2012, 2011-2013, 2012-2014, 2013-2015). Ennek megfelelően azok a vállalatok tekinthetők tehát gazellának, amelyek egy adott hároméves periódus alatt abszolút vagy relatív értelemben gyorsabban növekedést mutattak egy megadott küszöbértéknél.

Az alábbi 1. számú táblázatból jól látható, hogy *nagyon különböző gazella számokat kapunk attól függően, hogy milyen mutatót használunk. A gazella cégek számát meghatároztuk a vállalati méretkategóriák szerinti súlyok alkalmazásával, illetve azok nélkül is. A gazellák számának megadása mellett azt is megnéztük, hogy az alkalmazottak száma, illetve az árbevétel alapján leggyorsabban növekvő 25%, 5% és 1% esetében (táblázatban a-tól f-ig) érvényesülnek-e egyrészt az OECD által meghatározott 20%-os, másrészt a Birch-indexnél megadott 10%-os kritikus küszöbértékek. A táblázatban zárójelben megadott százalékos értékek alapján kijelenthető, hogy minden esetben teljesülnek ezek a kritikus küszöbértékekre*

² Az adatállományra épülő tanulmány: Szerb és tsai (2014).

vonatkozó kritériumok A zárójelben lévő szám a leggyorsabban növekvő 25%, 5% és 1% esetében a kritériumnak még éppen megfelelő gazella cég százalékos (árbevétel) vagy alkalmazottak számában megmutató (növekedését mutatja az adott időszakra vonatkozóan).

Az OECD és a Birch-index alapján meghatározott gazella cégek vállalati méretkategóriák szerinti megoszlását tekintve a 20-49, valamint 50-249 főt foglalkoztató cégek képviselnek nagyobb arányt a mintában. Ugyanakkor a többi mutató esetében inkább a 20 főnél kevesebb főt alkalmazó cégek túlsúlya a jellemző.

1. táblázat: Gazella vállalatok száma a szakirodalomban gyakorta alkalmazott mutatók tükrében

	Súlyozás nélküli értékek					Súlyozott értékek				
	2010-2012	2011-2013	2012-2014	2013-2015	2010-2012	2011-2013	2012-2014	2013-2015		
(a) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma alapján: leggyorsabban növekvő 25% (a)	181 (13,9%)	227 (11,5%)	232 (16,7%)	226 (21,8%)	173 (14,7%)	156 (25%)	265 (14,2%)	111 (44,5%)		
(b) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma alapján: leggyorsabban növekvő 5% (b)	36 (100,0%)	45 (80,5%)	46 (79,9%)	45 (100,0%)	44 (83,2%)	30 (100,0%)	21 (139,1%)	43 (102,5%)		
(c) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma alapján: leggyorsabban növekvő 1%	7 (216,7%)	9 (281,5%)	9 (235,0%)	9 (266,7%)	6 (216,7%)	2 (800%)	4 (334,2%)	7 (291,3%)		
(d) Gazella vállalatok az árbevétel alapján: leggyorsabban növekvő 25%	217 (20,1%)	225 (26,1%)	226 (29,3%)	225 (38,9%)	192 (71,6%)	178 (36,7%)	192 (46,5%)	226 (38,7%)		
(e) Gazella vállalatok az árbevétel alapján: leggyorsabban növekvő 5%	43 (128,5%)	45 (156,4%)	45 (162,3%)	45 (135,2%)	40 (122,8%)	43 (162,8%)	46 (160,8%)	44 (135,8%)		
(f) Gazella vállalatok az árbevétel alapján: leggyorsabban növekvő 1%	9 (609,3%)	9 (766,9%)	9 (658,3%)	9 (1419,4%)	7 (1311,5%)	4 (1319,8%)	14 (935,7%)	17 (486,3%)		
(g) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma alapján: 20%-nál gyorsabb átlagos növekedés	89	104	114	127	117	90	77	102		
(h) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma alapján: 50%-nál gyorsabb átlagos növekedés	31	28	37	36	36	15	19	31		
(i) Gazella vállalatok az árbevétel alapján: 20%-nál gyorsabb átlagos real növekedés	164	180	236	243	161	154	211	250		
(j) Gazella vállalatok az árbevétel alapján: 50%-nál gyorsabb átlagos real növekedés	59	79	93	70	62	76	89	97		
(k) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma és az árbevétel alapján: 20%-nál gyorsabb átlagos növekedés	38	55	74	77	39	32	43	61		
(l) Gazella vállalatok az alkalmazottak száma és az árbevétel alapján: 50%-nál gyorsabb átlagos növekedés	7	15	21	10	6	5	9	12		
(m) Gazella vállalatok a Birch-index alapján (foglalkoztatottak szerint)	73	91	93	91	27	27	16	18		
(n) Gazella vállalatok a Birch-index alapján (real árbevétel szerint)	87	90	90	90	22	26	23	38		
(o) Eredeti OECD definíció szerint	41	59	82	78	15	12	14	9		

Megjegyzés: a mintaszám és a 2014-es cégszámok alapján az egyes méretkategóriáknak megfelelően a következő súlyokat alkalmaztuk: 1-4 fő = 2,659, 5-9 fő = 0,233, 10-19 fő = 0,171, 20-49 fő = 0,090, 50-249 fő = 0,083, 250 fő felett = 0,102.

Forrás: Saját szerkesztés.

A GYORS NÖVEKEDÉS VÁLLALATDEMOGRÁFIAI JELLEMZŐI

Ebben a fejezetben a növekedés demográfiai jellemzőkre visszavezethető tényezőivel foglalkozunk. Azt vizsgáljuk, hogy a vállalati méret és kor, az iparág mennyiben hozható kapcsolatba a gyors növekedéssel.

A vállalatméret és a növekedés összefüggései

Jóllehet a köztudatban úgy terjedt el, hogy a gyorsan növekvő vállalkozások *kicsi és új* (vagy legalábbis *fiatal*) cégek. Ezt a közkeletű megállapítást mind a mai napig nem sikerült minden kétséget kizáróan bizonyítani. Hosszú ideig tartotta magát az a Gibrat törvényeként ismertté vált tétel, miszerint a növekedés üteme teljesen független a vállalkozás kezdeti méretétől és korától. Továbbá feltételezték, hogy a cégek várható növekedési üteme megegyezik az adott iparágban tevékenykedő cégek átlagos növekedési ütemével (Dunne *et al.* 1989, Audretsch 1995, Geroski 1995, Sutton 1997, Caves 1998, Audretsch *et al.* 1999, 2004). A későbbi kutatások tükrében ugyanakkor megváltozott a törvénnyel kapcsolatos korábbi álláspont. Elsőként Jovanovic (1982) igazolta, hogy a kicsi és fiatal cégek gyorsabban nőnek. Megállapítását később többen is megerősítették (Moreno & Casillas 2007, Stam 2010), további példaként említhető Terjesen & Szerb (2008), Park *et al.* (2010), Schimke & Brenner (2011), Bentzen *et al.* (2012). Ugyanakkor ellenpéldák is előfordulnak, mint például Haltiwanger *et al.* (2013) tanulmánya, amelyben a cégek korát kontrollváltozóként használva nem sikerül kimutatni pozitív kapcsolatot a kis méret és a növekedés között. Caves (1998) eredményei pedig azt támasztják alá, hogy a méret és a növekedés közötti összefüggés csak bizonyos méretkategória felett jelentkezik, így lehetséges az, hogy a kisméretű cégekre a törvény nem érvényesül. Lotti *et al.* (2003) viszont arra a következtetésre jutott, hogy a cégek életciklusuk elején gyorsabban növekednek, míg később érvényesül Gibrat törvénye. Moreno & Casillas (2007) magyarázata szerint a kis

cégeket az motiválja a gyorsabb növekedésre, hogy mihamarabb a nagyvállalatokéhoz hasonló méretgazdaságosságbeli előnyökre kívánnak szert tenni, ezzel erősítve versenyképességüket. Kolar (2014) a gyors növekedésű innovatív cégekkel (HGIE) kapcsolatban úgy véli, hogy azok jelentős része ugyan kisméretű, de egyáltalán nem elhanyagolható mértékben találhatók közöttük nagyobb cégek is.

Vállalati kor és a növekedés

Általánosan elterjedt nézet a cégek korával kapcsolatban, hogy minél régebb óta működik egy cég, annál kisebb növekedésének mértéke, vagyis negatív kapcsolat van kor és növekedés között (Haltiwanger *et al.* 2013). Navaretti *et al.* (2014) is megerősítették, hogy a fiatal (francia, olasz és spanyol) gazellák gyorsabban nőnek, ugyanakkor arra is felhívják a figyelmet, hogy a gyorsaknál a bukás esélye pont ugyanakkora, mint a kevésbé gyorsan növekvőknél. Kolar (2014) vizsgálatai pedig arról tanúskodnak, hogy a HGIEs-ek is jellemzően fiatal cégek, de jellemzően nem startup-ok, mivel csupán 1%-uk fiatalabb 5 évesnél és minden negyedik cég idősebb 25 évesnél. Hasonló eredményre jutott Czarnitzki & Delanote (2012), akik szerint a 6 évnél fiatalabb, 250 főnél kevesebbet foglalkoztató, K+F-re bevételük legalább 15%-át fordító fiatal innovatív gazellák (*young innovative companies, YICs*) sokkal gyorsabb növekedést valósítanak meg, mint más gazellák.

Van Praag & Versloot (2008) szakirodalmi áttekintése megerősíti, hogy jelentős mértékben a kisméretű és fiatal cégek felelősek az új munkahe-lyekért, az innovációért és a termelékenység növekedéséért, ez pedig összhangban van Acs & Audretsch (1987) korábbi eredményeivel. Henrekson & Johansson (2010) ugyanakkor úgy vélik, hogy a gyorsan növekvő cégek, bár jellemzően fiatalok, de nem feltétlenül kicsik. A fentieknek ellentmond Acs & Mueller (2008) amerikai vállalkozásokkal kapcsolatos elemzése, mivel szerintük a gyors növekedés nem feltétlenül az európai értelemben vett (250 fő alatti) kisvállalkozások kizárólagos jellemzője, és akár érett cégek³ is növekedhetnek.

A fenti eredmények tükrében úgy tűnik, hogy *bármilyen méretű vagy korú cég lehet gazella.*

³ Az általuk beazonosított magas növekedésű amerikai cégek átlagos életkora 25 év volt.

Az iparág és a növekedés

Nincs egyetértés abban sem, hogy a gazella cégek előfordulása iparágilag semleges, vagy pedig néhány iparágban felülreprezentált a jelenlétük. A jelenlegi kutatások azt igazolták, hogy magas növekedésű cégek gyakorlatilag bármilyen iparágban előfordulhatnak, de vélhetően a high-tech iparágokban nagyobb az előfordulási valószínűségük (Hölzl 2009, Henrekson & Johansson 2010). Hasonló eredményre jutottak Daunfeldt et al. (2010), akik a svéd gazellák iparági elosztásával kapcsolatban megállapították, hogy bár előfordulhatnak bármelyik iparágban, mégis leggyakrabban a tudásintenzív szolgáltató iparágokban vannak jelen. Bastesen & Vatne (2009) a norvég gyors növekedésű cégeket vizsgálva azt találták, hogy a gazellák aránya az iparágtól független.

Érdeemes lenne megvizsgálni, hogy a gazelláknak köszönhetően adott iparág relatív súlya növekszik-e vagy nem. Feltételezhető, ha nem növekszik, akkor ott a gazellák csupán kiszorítják a már jelenlévő cégeket, ugyanakkor a növekvő iparágak esetében tényleges növekedést váltanak ki.

A GYORS NÖVEKEDÉS BELSŐ VÁLLALATI ÉS KÜLSŐ TÉNYEZŐI

A demográfiai tényezők relatíve egyszerű vizsgálatával szemben a vállalati belső tényezők csak egyedi kérdőívek révén kutathatók. Bár a vállalati belső tényezőinek szinte mindegyike kapcsolatba hozható a növekedéssel, közülük is kiemelkedik az innováció, a személyes vállalkozói képességek, a hálózatosodás és a pénzügyek speciális szerepe. Ezeket tekintjük át részletesebben is ebben a fejezet-részben. Itt foglalkozunk röviden a külső tényezők szerepével is. Röviden foglalkozunk velük, de nem azért, mert a probléma nem jelentős, hanem azért, mert a téma maga is kitéhet egy önálló cikket is.

Innováció és növekedés

Jóllehet nagyszámú tanulmány próbálta kideríteni, vajon az innovatívabb cégek gyorsabban növekednek-e, számos kérdés továbbra is megválaszolatlan maradt. Audretsch et al. (2014) vizsgálata arra enged következtetni, hogy az innováció a vállalati növekedés meghatározó tényezője. Ugyanakkor hangsúlyozzák azt is, hogy az egyes cégek innovációs képessége igen eltérő, és az innováció növekedésre gyakorolt hatását befolyásolja az időszak megválasztása és a földrajzi elhelyezkedés. Továbbá kiemelik, hogy az innováció hatása igen eltérő lehet a cég jellemzőitől, az iparágtól, valamint a külső környezet sajátosságaitól függően.

A fentiekkel ellentétben Deschryvere (2014) szakirodalmi összefoglalójában arra utal, hogy jó néhány tanulmány nem talált szignifikáns kapcsolatot növekedés és innováció között. Saját eredményei is azt mutatják, hogy nem minden cég esetében és nem mindenfajta innovációs tevékenység vezet növekedéshez. Szerinte kizárólag a folyamatos innovációs tevékenységet folytató cégekre igaz az, hogy az innováció pozitívan segíti elő tartós növekedésüket. Heimonen (2012) innovatív finn cégeket vizsgálva állapította meg, hogy a siker és az innovativitás között a kapcsolat nem egyértelmű, sőt rövidtávon a kapcsolat iránya akár még negatív is lehet. Következtetése szerint ez azzal magyarázható, hogy a növekedni szándékozó cégekre a radikális innováció megvalósítása olyan pénzügyi-finanszírozási terhet róna, amit nem tudnak felvállalni. Helyette a legtöbb cég inkább már meglévő termékek/szolgáltatások továbbfejlesztésével (másolással) kíván növekedést generálni. A szerző állítást igazolja az is, hogy a mintába került 384 gazella cégnek csupán 8%-a törekedett innováció megvalósítására.

Coad & Rao (2008) szintén árnyalja az innovációval kapcsolatos korábbi felfogást, mivel kijelentik, hogy az innováció leginkább a gyorsan növekvő vállalatok esetében meghatározója a növekedésnek, míg más cégeknél a növekedésre akár negatívan is hathat. Az amerikai gyógyszergyártó cégek 1950 és 2008 közötti növekedését vizsgálva Demirel & Mazzucato (2012) szerint az innováció növekedésre gyakorolt pozitív hatása elsősorban a cég jellemzőinek (méret, szabadalmak száma, szabadalmazás gyakorisága) függvénye. Későbbi cikkükben Mazzucato és Parris (2015) ugyanezen amerikai gyógyszergyártó cégek innovációs aktivitása és növekedése közötti kapcsolatot vizsgálta 1963 és 2002 között. A korábbi megállapításukat azzal a nagyon fontos gondolattal egészítették ki,

miszerint a cégek jellemzői valóban befolyásolják az innováció növekedésre gyakorolt hatását, ugyanakkor sokkal fontosabb, mennyire éles a verseny az adott iparágban. Amennyiben nincs verseny, úgy a K+F-re költött összegek nem biztos, hogy növekedés formájában megtérülnek.

A környezeti változásokra a cégeknek reagálniuk kell, a növekedési stratégia egyik fontos eleme pedig az innováció. Lee (2010) eredményei arról tanúskodnak, hogy az alacsony technológiai képességű cégek visszafogott növekedésre képesek, míg a magas technológiai képességűek fenntarthatóbb vagy kimagaslóbb növekedést tudnak felmutatni. Végső soron a növekedés mértékét döntően befolyásolja a cég kezdeti technológiai tudásállományának nagysága.

Hözl & Friesenbichler (2007) tanulmánya szintén megerősíti, hogy a gazella cégek jellemzően innovatívabbak. Azonban felhívják a figyelmet, hogy az eredményekre befolyással van, hogy milyen indikátorral történik a gazellák lehatárolása. Hözl & Janger (2013) az Európai Unió innovációs felmérése, a CIS⁴ adatok vizsgálata alapján jutott arra a következtetésre, hogy az innováció növekedésben játszott szerepe változó lehet attól függően, hogy elemzés milyen időszakra készült. Segarra & Teruel (2014) a K+F beruházások és a növekedés kapcsolatát vizsgálták spanyol feldolgozóipari cégek esetében. Az eredményekből arra következtettek, hogy a K+F befektetések pozitívan befolyásolják a növekedés mértékét, valamint megállapítást nyert, hogy a belső K+F a leggyorsabban növekvő cégeknek, míg az külső K+F beruházások inkább a közepesen növekvőknek fontos. Ezzel szemben Koski & Pajarinen (2013) finn cégek pénzügyi adatait vizsgálva rámutatott, hogy bár a K+F támogatások kedvezően hatnak a startup-ok és érett cégek esetében, ugyanakkor úgy tűnik kevésbé hatnak a gazellákra.

Goedhuys & Sleuwaegen (2010) tanulmányukban olyan legalább 5 főt foglalkoztató afrikai feldolgozóipari cégeket vizsgáltak, amelyek 2002-2005 között legalább éves 10%-os növekedést mutattak a foglalkoztatottak számában. A mintába került 947 gyors növekedésű céggel kapcsolatban arra a megállapításra jutottak, hogy a termék innováció pozitívan befolyásolja a gazellává válásukat, míg a folyamat innováció negatívan hatott növekedésükre. Ugyanakkor Parker *et al.* (2010) a legalább éves 30%-os árbevétel növekedést elért brit gazellákkal készült interjúk alapján állapították

meg, hogy a termékfejlesztés negatívan hat a gyors növekedésre, míg a marketinginnováció jótékony hatást vált ki. Ryzhkova (2014) svéd gazella cégek vezetőivel készített interjúk alapján kijelenti, hogy a vevőkkel való kapcsolattartás a gazella cégek esetében gyakorta vált ki radikális innovációt (az online módszerekkel történő kapcsolattartás például kifejezetten kedvez a szolgáltatás innovációnak).

Mindezek az ellentmondásos eredmények azt látszanak igazolni, hogy pusztán egyedül az innováció révén nem lehet gyors növekedést megvalósítani, a belső és külső kontextus, a verseny, az országspecifikus támogatás vagy a gátló elemek az innovációval együtt fejthetik ki hatásukat.

A vállalkozói képességek és a növekedés

A kutatók egyetértenek abban, hogy vállalkozói képességek (*entrepreneurial capacity*) képesek döntő mértékben befolyásolni a cégek növekedési lehetőségeit. Ugyanakkor jellemző az is, hogy ezek a képességek igen ritkák és egyenlőtlenül oszlanak el a vállalkozások körében (Penrose 1959, Davidsson 1991, Wiklund & Shepherd 2003, Peneder 2009). Jovanovic (1982) szerint a vállalkozók képességeiket kizárólag tanulás révén ismerhetik meg és fejleszthetik. Tanulni pedig csak úgy lehet, ha van miből, azaz ha a vállalkozó hajlandó kockázatot vállalni és megpróbál növekedni. Wennberg (2013) harminc olyan tanulmány eredményeit összegzi, amelyek mindegyike igazolja a vállalkozói képességek (a tulajdonos/menedzser/menedzsment képzettsége, korábbi munka- és vezetői tapasztalatai, neme, vezetői stílusa, az alkalmazott üzleti vagy HRM gyakorlat stb.) növekedésben játszott meghatározó szerepét.

Hálózatosodás és növekedés

Mindezidáig a vállalkozások közötti együttműködés és a gyors növekedés közötti kapcsolatot viszonylag kevesen vizsgálták. Schoonjans *et al.* (2013) összefoglaló cikke szerint a cégek hálózatosodása, azaz az együttműködések erősítése, kedvezően befolyásolja az üzleti sikert, hiszen a közös tudás bővítése innovációt eredményezhet, ami versenylényhöz juttathatja az együttműködésben résztvevőket. Brüderl & Preisendoerfer (1998) eredményei szintén alátámasztják, hogy a más vállalkozásokkal való együttműködés pozitívan hat a résztvevő felek növekedésére.

⁴ Community Innovation Survey, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/community-innovation-survey>

Lechner & Dowling (2003) német IT cégekkel készített esettanulmányokból következtet arra, hogy minden cég rendelkezik egy ún. egyéni kapcsolati mixszel, aminek tartalma az idővel folyamatosan változik. Jellemző, hogy a kis cégek nem rendelkeznek tudás- és innovációs együttműködési hálózatokkal, mivel ezek fenntartása igen nagy pénzügyi terhet róna rájuk. Ezért jellemző, hogy az egyéni kapcsolati mixekben a tudás- és innovációs hálózatok a cégek életútjának későbbi szakaszában jelennek meg. Ezzel szemben Havnes & Senneseth (2001) nem talált összefüggést növekedés (foglalkoztatottak száma, értékesítés árbevétele) és a hálózatosodás mértéke között. Ugyanakkor megállapítják, hogy a szorosabb együttműködés kedvezően hat a piaci terjeszkedésre. Casson & Giusta (2007) a társadalmi tőke és a társadalmi-gazdasági hálózatok irodalmának áttekintésével arra a következtetésre jut, hogy a különböző célok különböző típusú hálózatok kialakítását igényli a vállalkozásoktól. Továbbá feltételezik, hogy más hálózatokra van szükség a vállalkozási tevékenység kezdeti szakaszában, mint a későbbi szakaszokban. Johannisson *et al.* (2002) egy 2000 fős svéd település vállalkozásait vizsgálva bizonyították, hogy a helyi vállalkozások működését nagymértékben befolyásolják az együttműködéseiket koordináló intézmények. Schoonjans *et al.* (2013) azt kutatták, hogy a flamand KKV-k formális (állam által finanszírozott) együttműködési programban való részvétele miként hat a cégek növekedésére. Eredményeik alátámasztották, hogy az együttműködést támogató szervezettek kimutatható mértékben befolyásolják a cégek növekedését, ezért a szerzők az intézményi beágyazottság erősítésére hívják fel a figyelmet.

Nemzetköziesedés, export és növekedés

A nemzetköziesedési kutatások már az 1970-es évektől vizsgálták a kapcsolatot az export és a szélesebb értelemben vett külpiaci megjelenés és a növekedés között (Johanson & Vahle 1977). Az exportorientáció nem feltétlen szükséges a növekedéshez, számos gazella csupán a hazai piacra fókuszál. A külpiacra lépés azonban, főleg a kisebb országok esetében ahol a hazai piacok gyorsan telítődnek, szükséges, habár önmagában nem elégséges feltétele a további növekedésnek. Még a nemzetköziesedés relatíve alacsony fokát jelentő exportálás is jelentős erőforrástöbbletet követel a cégektől, ami főleg a kisebb vállalatok esetében problémás (Hessels & Parker 2013). Újabb empirikus tanulmányok megerősítik a kapcsolatot az export, az innováció és a lokáció

között, egyértelművé téve, hogy a korszerűtlen termék miatti hazai értékesítési nehézségekkel küzdő cégek nem igazán sikeresek a külpiacra (Moreno & Coad 2015). A nemzetköziesedés még a gazellák között is kiugró, szuper-növekedésű cégek jellemzője, állítják többen is (Hözl & Friesenbichler 2007, Terjesen & Szerb 2007, Mason & Brown 2013). A már alapítás után rögtön is nemzetközi piacra lépő, „born global” cégek növekedése az elmúlt időszakban különös figyelmet kapott. Ebben az esetben is azt hangsúlyozzák a kutatók, hogy a sikeres és főleg a hosszú távon fenntartható növekedés nem képzelhető el a vállalkozás komplex fejlesztése nélkül (Etemad & Wu 2013, Hagen & Zucchella 2014). Mindazonáltal ebben az esetben az is kétséges, hogy vajon az export az okozója a növekedésnek nem pedig fordítva, a növekedés hajtja az exportot. Az okozati összefüggések tisztázása főleg a regressziós vizsgálatok esetében indokolt.

A finanszírozás és a növekedés kapcsolata

A kisvállalati tőkefinanszírozás témakörében meghatározó alaplűnek számít Berger *et al.* 1998) tanulmánya. Ebben a szerzők egy modellben vázolják fel a vállalati növekedés (az egyes méretkategóriák) és a tipikus finanszírozási formák közötti kapcsolatot. Eszerint kezdetben a tőke típusú finanszírozási formák (pl. családtagoktól, barátoktól kölcsönök, üzleti angyalok, kockázati tőke, utóbbi időben ez kiegészült a crowdfunding-gal) dominálnak, míg nagyobb méret mellett már megjelennek a különböző banki hiteltermékek, valamint a tőzsdén való megjelenés is. Általánosan kijelenthető, hogy nagyon kevés tanulmány foglalkozik kifejezetten a gyors növekedésű vállalkozások finanszírozási lehetőségeivel, ami esetleg rámutatna arra, hogy a gazellák finanszírozásukban mutatnak-e speciális vonásokat. A kockázati tőkefinanszírozással kapcsolatban elterjedt álláspont, hogy az pozitívan hat a gyors növekedésre (Estrin *et al.* 2009). Ugyanakkor Nadal (2016) szerint bár sokakban él az az elképzelés, hogy a magas növekedési potenciállal rendelkező startup-ok esetében is jellemző finanszírozási forma a kockázati tőkefinanszírozás, valójában ezen startup-oknak csak nagyon kis része él ezzel a lehetőséggel. Még az USA-ban is, ahol a kockázati tőke finanszírozás piaca meglehetősen érett, az új cégeknek csupán 0,5%-a finanszírozza növekedését elsődlegesen kockázati tőkéből. Európában ez az arány még kisebb. A gyors növekedési potenciállal rendelkező startup-ok esetében a

három leggyakoribb finanszírozási forma a bank-hitel, hitelkártya hitel, illetve a jelzálogkölcsön. Kiemeli példaként a német intézményrendszert, amelynek sajátosságából fakadóan a német biotechnológiai startup-ok növekedését nagymértékben a banki finanszírozási lehetőségekhez köti, és pl. kifejezetten nehéz ezen cégek számára az elsődleges nyilvános tőzsdei forgalomba hozattal való tökéhez jutás.

A fentiek rámutatnak arra, hogy szükség van a gyors növekedésű vállalkozások finanszírozásával kapcsolatos eredmények további finomítására. Nagyon jó példa erre Grilli & Murtinu (2014) tanulmánya, amelyben a szerzők azt állítják, hogy a magán kockázati tőkefinanszírozás valóban hatékonyan segíti a gyors növekedést, szemben a kormányzat által finanszírozott (állami) kockázati tőkefinanszírozással.

Külső környezet és növekedés

Audretsch és Lehmann (2005) figyelmeztet, hogy a növekedést nem csupán a vállalkozás különböző belső jellemzői befolyásolják, hanem a vállalkozáson kívüli, külső tényezők is. Hasonlóképpen Gupta et al. (2013) irodalmi összefoglalójukban szintén kiemelik a környezeti/intézményi tényezők növekedésen játszott meghatározó szerepét, hiszen minden vállalkozás attól egyedi, hogy az eltérő környezet eltérő növekedési pályákat alakít ki. Muthaih & Venkatesh (2012) indiai KKV-kkal kapcsolatos vizsgálatukban szintén az intézményi és a pénzügyi korlátok növekedésre gyakorolt negatív hatására hívják fel a figyelmet. Karlsson & Dahlberg (2003) meggyőződése szerint a régiót jellemző intézményi kontextus alapvetően meghatározza a benne működő cégek növekedési potenciálját, mivel a társadalmi tőkéhez, a helyi rejtett (tacit) tudáshoz való hozzáférést, valamint az együttműködések kialakulásához szükséges bizalom meglétét kizárólag a közelség képes biztosítani. Schreyer (2000) meglátása szerint amennyiben nem megfelelőek az intézményi kondíciók, akkor az erodálhatja a növekedésre irányuló vállalkozói motivációt. Teruel & de Wit (2011) az eltérő intézményi környezettel magyarázzák 17 OECD ország eltérő gazella arányait. Estrin et al. (2009) szerint a megfelelő tulajdonjogi szabályozás kedvezően hat a cégek növekedésre. Henrekson & Johansson (2008) szerint az intézmények felelősek a vállalkozók növekedésre vonatkozó aspirációikért és a szükséges kompetenciák meglétéért is. Következésképpen kimutatták, hogy a megfelelő adórendszerrel, munkaerő-piaci, illetve termékpia-

szabályozással rendelkező országok esetében jóval magasabb a gyors növekedésű vállalatok aránya az összes vállalkozáson belül.

Jóllehet a kutatók között egyetértés van abban, hogy az intézményi környezet kedvezően hat a növekedésre, ugyanakkor nem tisztázott, hogy milyen intézmények és milyen módon befolyásolják a gazellává válást. Jellemző, hogy a tanulmányok csupán néhány fontosnak vélt környezeti tényezőt emelnek ki, ami nagyfokú szubjektivitásra utal a tényezők fontosságának megítélésénél.

A KÖZÉP-KELET EURÓPAI ÉS A MAGYARORSZÁGI GAZELLA-KUTATÁSOK

Annak ellenére, hogy hatalmasra duzzadt nemzetközi szakirodalom foglalkozik a gyors vállalati növekedéssel, meglepő módon kevés a témával foglalkozó magyar, illetve kelet-közép-európai földrajzi fókuszú gazella tanulmány. A magyar gazellákat vizsgáló cikkeken kívül kizárólag néhány román, lengyel és szlovén publikáció érhető el angol nyelven.

A magyar, lengyel, román és szlovén gazella vizsgálatokra is igaz, hogy a kapott eredmények *több tekintetben is ellentmondanak egymásnak* (Pšeničny & Glas 2002, Cieslik 2007, Bibu et al. 2014, Crnogaj & Širec 2014, Alb 2015, Močnik & Širec 2015, Mogos et al. 2015). Ez pedig, hasonlóan a többi gazellakutatáshoz, vélhetően abból következik, hogy igen eltérő módon definiálják és mérik a kutatók a gyors növekedést. A kelet-közép-európai gazellákkal kapcsolatban sincs konszenzus abban, hogy ezek fiatal vagy érett, kicsi vagy nagy cégek, illetve hogy egy, vagy néhány iparágban nagyobb-e az előfordulási valószínűségük. Ugyanakkor az eredmények szinte mindegyike kiemeli, hogy a gyors növekedésű cégek esetében meghatározók az *egyéni tényezők*, kiváltképp a *vezetői képességek*. Továbbá a kelet-közép-európai gazella cégek fontosnak ítélik az *innováció*, valamint a *külső környezeti tényezők* növekedésben betöltött szerepét. Ugyanakkor szinte mindegyik kizárólag hazai piacra fókuszáló cég, és csak kevesen folytatnak exporttevékenységet.

A magyar kutatások hasonlóan ellentmondásos eredményekre jutottak. Andrásai és Tsai (2009), Papanek (2009, 2010), illetve Némethné Pál (2010) megállapításai szerint a magyar KKV-k között kevés a hosszú ideig dinamikus növekedésre képes cég. Ezek a cégek azonban jellemzően mikro-vállalkozások amelyek jelentős hányada akár évti-

zedes vagy ennél is hosszabb múlttal rendelkeznek. Ezt megerősíti Csapó (2010, 2011) is. Szerintük nem igazolható, hogy a gazella cégek nagyobb arányban fordulnának elő korszerű, high-tech és egyéb tudásigényes iparágakban, hanem mindenhol megtalálhatók. Ezt alátámasztja Békés és Muraközy (2012) kutatása is. Ezzel szemben Csapó (2010, 2011) szerint a magyar gazellák néhány, jól meghatározható iparágban koncentrálnak, ezek jellemzően magas hozzáadott értékű ágazatok. Bár a hazai gazella cégek jellemzően nem exportálnak és nem is igazán működnek együtt másokkal, az átlagnál gyakrabban innoválnak és jobban menedzselték, mint a többi cég. Szemben az amerikaiakkal, a hazai gazellacégek előnyben részesítik a hagyományos finanszírozási formákat az üzleti angyalokkal és a kockázati tőkésekkel szemben (Csapó 2010, 2011).

Máig a legnagyobb hazai gazella vizsgálat Békés és Muraközy (2012) 2000 és 2008 közötti vállalati mérlegek és eredmény-kimutatások alapján végzett felmérésén alapul. Egyik legmeglepőbb megállapításuk, hogy a gazellák aránya Magyarországon a legmagasabb egész Kelet-Közép-Európában és a hazai gazellák munkahelyteremtéshez való hozzájárulásuk magas.⁵ Probit módszerrel végzett regresszióelemzésük szerint a gazellává válás valószínűségét a vállalati kor, a méret, a bérszint és a pénzügyi háttér is befolyásolja. Ezzel szemben a területi elhelyezkedés és az iparág nem volt a gazellává válás meghatározó tényezője.

Bár nem kifejezetten a növekedést, hanem a versenyképességet vizsgálták, egy nemrég megjelent publikációban Czakó és *tsai* (2016) azt találták, hogy az exportintenzív kisvállalatok kimagasló teljesítményt produkálnak, amit a menedzsment, a tanulás és az innováció is támogat. Czakóék ezzel alátámasztják Nagy & Palócz (2010) kutatási eredményeit, akik szerint az export a növekedés fontos tényezője.

A hivatalos cégregisztereken vagy a mérleg-és eredmény-kimutatásokon alapuló felmérések ugyan képesek a gazellák beazonosítására és a vállalat-demográfiai jellemzők – méret, kor, iparág – feltárására, azonban ez a növekedés magatartási tényezőinek az azonosításhoz önmagukban kevesek. Ehhez célzottan kifejlesztett kérdőívek segítségével lehet közelebb kerülni. Ugyanakkor az ilyen, néhány százas nagyságrendű, méret, iparág

és esetleg regionális elhelyezkedés szempontjából reprezentatív felmérések hátránya, hogy csak kevés gazellát tartalmaznak. Főleg a leggyorsabb növekedésű, ámde a teljes cégpopuláció csak mintegy 1-5%-át kivéve vállalkozások hiányoznak ezekből a mintákból. Nagy valószínűséggel ez lehet az egyik oka az empirikus kutatások eltérő eredményeinek.

A célzottan kifejlesztett kérdőívek segítségével történő adatfelvétel problémáit mutatja a 2. táblázat, amelyben a már előzőekben hivatkozott felmérés (Szerb és *tsai* 2014) alapján kalkulált változók növekedési és növekedéssel kapcsolatos demográfiai és belső tényezőinek korrelációs kapcsolatait mutatja. A növekedési mutatók a leggyakrabban alkalmazott éves százalékos árbevétel-növekedés a 2010-2013-as időszakban mind az árbevétel mind az alkalmazottak száma alapján. A növekedéssel a legmagasabb szinten – 0,24-0,25-ös mutató – a létszám korrelál, azt támasztva alá, hogy a nagyobb cégek gyorsabban növekedtek a 2010-2013-as időszakban. Ez szemben áll a többi hazai gazella-kutatással, ahol inkább a kisebb méretű cégek növekedtek gyorsabban. A fiatalabb cégek gyorsabb növekedése is kivehető a táblából (-0,12, -0,11 korrelációs mutatók) mind a létszám mind az árbevétel szerint. A belső vállalati tényezők közül az export az import, a külső kooperáció és az innováció bizonyult a növekedés szignifikáns tényezőjének. Meg kell jegyezni, hogy a kapcsolat erőssége igen gyenge. A vállalatvezető képességei és a vállalatnál dolgozók képzettsége láthatóan nem befolyásolják a gazellává válást. Érdekesképpen megnéztük, hogy az állami beavatkozás milyen hatással van a gazellává válásra. Az árbevétel szempontjából nézve sem az állami megrendelések, sem a nyertes pályázatok nem befolyásolják a növekedést. Érdekes viszont, hogy az állami megrendelést kapott cégek láthatóan csökkentették létszámukat. Elképzelhető, hogy számos céget a válságos években az állami megrendelések tartottak életben. A megalapozott következtetések levonásához viszont újabb, alaposabb vizsgálatok szükségesek.

⁵ Ezzel szemben Szerb – Komlósi – Varga (2017) vizsgálata alapján az OECD alapján definiált gazellák csupán a regisztrált társas vállalkozások 1%-át tették ki. Igaz, ebben az időszakban a magyar gazdaság meglehetősen válságos időszakát élte.

2. táblázat:

A vállalati növekedés demográfiai és belső tényezői közötti korrelációs kapcsolatok

	Változó	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Árbevétel éves százalékos növekedés 2010-2013 (4 kategória)	1,00	0,47**	-0,12**	0,25**	0,08*	,10**	0,05	0,00	0,10**	0,12**	0,01	0,04
2	Alkalmazott létszám éves százalékos növekedés 2010-2013 (4 kategória)	1,00	1,00	-0,10**	0,24**	0,08*	0,02	0,03	-0,03	0,09*	0,11**	-0,14**	0,02
3	A vállalat kora a 2013-ban			1,00	0,19**	0,03	0,00	0,04	0,04	0,01	-0,05	0,07	0,10**
4	A vállalat mérete, alkalmazottak száma alapján (5 kategória)				1,00	0,30**	0,21**	0,15**	-0,04	0,21**	0,13**	-0,01	0,25**
5	Export árbevétele (3 kategória)					1,00	0,26**	0,08*	0,01	0,15**	0,13**	-0,03	0,12**
6	Közvetlen import (2 kategória)						1,00	0,07*	-0,01	0,26**	0,15**	-0,10	0,15**
7	A felsőfokú alkalmazottak száma és aránya kombinálva (5 kategória)							1,00	-0,01	0,13**	0,25**	0,02	0,15**
8	A vállalatvezető vállalkozói képességei (5 kategória)								1,00	0,04	0,02	-0,01	-0,05
9	A külső kooperációk szám (5 kategória)									1,00	0,20**	0,04	0,18**
10	Innovációs aktivitás (5 kategória)										1,00	0,01	0,07
11	Állam/önkormányzat részesedése az árbevételből (4 kategória)											1,00	0,03
12	Nyertes pályázatok száma (3 kategória)												1,00
	Esetek száma: 798												
	** .Korreláció szignifikáns 0,01 szinten.												
	*.Korreláció szignifikáns 0,05 szinten.												

Forrás: Szerb és tsai (2014) felmérésének adatai alapján

ÖSSZEFOGLALÁS

A kutatások jórészt azt igazolják, hogy a gyors növekedésű vállalkozások fontosak, hiszen ezek biztosítják az új munkahelyek jelentős részét és hozzájárulnak a gazdasági növekedéshez. Mindez jó hír a politikai döntéshozók számára, akik most már „csak” arra a kérdésre várnak választ, hogy *kik is a gazellák és miként lehet a számukat növelni*. Sajnos ezekre a kérdésekre lassan három évtizedes kutatás után sem tudunk határozott választ adni.

Egyes vizsgálatok szerint a gyors növekedésű cég lehet kicsi, ugyanakkor nagy, lehet fiatal, de akár érett, régóta működő cég is. Előfordulhat, hogy a vállalkozás növekedése innovációnak köszönhető, de az is megeshet, hogy az innovációnak semmi szerepe a gyors növekedésben. Elképzelhető, hogy bizonyos iparágakban gyorsabb növekedés jellemző, de az is lehetséges, hogy egyes cégek kiugróan magas növekedésre képesek átlagos vagy alacsony növekedéssel jellemzett iparágakban. Egyes eredmények alátámasztják a hálózatosodás és együttműködések jótékony hatását a gyors növekedésre, míg máshol az eredmények ezt cáfolják. A finanszírozás tekintetében sem tekinthető egységesnek a szakirodalom. Egyes tanulmányok a gazellák esetében ugyanazon tipikus finanszírozási formákat határozzák meg, mint a nem gyors növekedés érvényesülése esetén, míg más cikkek a gyorsan növekvő vállalkozások sajátos finanszírozási módjaira mutatnak rá. Egyetértés mutatkozik azonban a különleges vállalkozói képességek, valamint a megfelelő külső intézményi környezet gyors növekedésre gyakorolt kedvező hatásával kapcsolatban.

A bemutatott ellentmondásos eredmények okát a legtöbben egyrészt a vállalati növekedéssel kapcsolatos bizonyítás nélküli axiómák feltétel nélküli elfogadásában, másrészt a gazella vizsgálatok módszertani sokféleségével magyarázzák. Az értelmezésembeli különbségek és az eltérő módszertan megkérdőjelezi a kapott eredmények összehasonlíthatóságát, valamint azok általánosíthatóságát. A probléma ott kezdődik, hogy hiányzik a széleskörű konszenzus a gazellák definiálásával kapcsolatban. Nincs egyetértés abban, hogy milyen változó alapján tekinthetünk egy céget gyorsan növekvőnek. Továbbá nem tudni, hogy milyen hosszú az az időtáv, amely alatt gyors növekedést kell felmutatnia egy cégnek, valamint számít-e az, hogy miből ered a gyors növekedés. Tudvalevő, hogy a cégek jelentős hányada nem növekszik. Érdekes módon nincs olyan tanulmány, amely a növekedés elmaradására keresne magyarázatot. Másrészt a gazellákkal foglalkozó tanulmányok

figyelmén kívül hagyják, hogy a növekedés összetett jelenség, így egy változó nem képes megragadni annak komplex jellegét. A komplex jelleg megértése érdekében többen is felhívják a figyelmet a kvalitatív feltáró jellegű munkák szükségességére, amelyek egyrészt segíthetik az ágazati sajátosságok megismerését, másrészt alapul szolgálhatnak a gyors növekedésre vonatkozó komplex elméleti modellek felállításához.

A politikai döntéshozókat foglalkoztató másik fontos kérdés, hogy *vajon fenntartható-e a gyors növekedés*. Ugyanis a gazellacégek nagy száma nem jelent automatikusan garanciát arra, hogy egy következő időszakban a növekedést esetleg nem hosszú visszaesés követi. Abban az esetben, ha a fenntarthatóság is bekerül a növekedés kritériumai közé, akkor az már a cégek egész életútjának vizsgálatát igényli (panel adatok). Ugyanakkor az ilyen jellegű vizsgálatoktól a kutatókat elretenti (visszafelé tekintve) a történeti adatok hiánya, illetve (előre tekintve) a kutatás lefolytatásához szükséges hosszú idő illetve a magas költségek.

A szakirodalmi áttekintés alapján kijelenthetjük, hogy a kelet-közép-európai gazellakutatások a fent leírtakhoz hasonló problémákkal terheltek. Nincs egyetértés a gazellacégek méretét, korát, ágazati előfordulását tekintve. Ezen felül egyes tanulmányok tanúsága szerint a növekedésben a külső környezeti tényezők játszanak meghatározóbb szerepet, míg máshol az egyéni tényezők fontosságát hangsúlyozzák inkább. Egy, a magyar kvv-eket tartalmazó mintán mutatunk be a gazella-azonosítás problémáit. A 2013-as felmérés 800-as erősségű mintáját felhasználva mutatunk be a növekedés és a vállalati demográfiai és belső tényezők kapcsolatát egy korrelációs táblázat segítségével. Ebben a recessziós időszakban a cégek jelentős része inkább csökkenő semmint növekvő pályán volt. A minta alapján a fiatalabb és a nagyobb cégek növekedtek gyorsabban a 2010-2013-as időszakban. Az innováció és a hálózatosodás is mérsékelt kapcsolatban van a növekedéssel. A gazellavizsgálatokat talán érdemes lenne nem csupán az export, hanem a tágabban értelmezett nemzetköziesedés és az import irányába is kiterjeszteni. Az is érdemes lenne tovább elemezni, hogy az állami beavatkozás, a megrendelések és a pályázatok milyen hatást gyakorolnak a növekedésre. Az előzetes vizsgálatok azt sugallják, hogy az állami beavatkozások inkább az alacsony növekedésű és feltehetően alacsonyabb hatékonyságú és versenyképességű cégeket támogatják, amivel esetleg erőforrásokat vonhatnak el a hatékonyabb, növekedni képes cégektől. Ezen sejtés megerősítéséhez azonban további vizsgálatokra van szükség.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Köszönettel tartozunk Varga Attilának a tanulmány megírásánál nyújtott szakmai támogatásért.

A jelen tudományos közleményt a szerzők a Pécsi Tudományegyetem alapításának 650. évfordulója emlékének szentelik.

HIVATKOZÁSOK

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B. (1987), „Innovation, Market Structure and Firm Size”, *Review of Economics and Statistics*, 69 4, pp.567-75
- Acs, Z. J., Mueller, P. (2007), „Employment effects of business dynamics: Mice, gazelles and elephants”, *Small Business Economics*, 30 1, pp.85-100
- Alb, M. (2015), “Fast-growing companies from Timiș county: does the age matter?”, *Annals of the „Constantin Brâncuși”, University of Târgu Jiu, Economy Series*, 2 1, pp.239-45
- Andrási Z. – Borsi B. – Farkas L. – Némethné Pál K. – Papanek G. – Viszt F. (2009), *A mikro-, kis- és közepes vállalatok növekedésének feltételei*, Budapest: GKI Gazdaságkutató
- Audretsch, D. B. (1995), *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge, MA: MIT Press
- Audretsch, D. B. (2012), *Determinants of High-Growth Entrepreneurship*, OECD/DBA International Workshop, Copenhagen, 28 March 2012 https://search.oecd.org/cfe/leed/Audretsch_determinants%20of%20high-growth%20firms.pdf
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E. (2005), “Does the Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship hold for regions?”, *Research Policy*, 34 8, pp.1191-1202
- Audretsch, D. B., Santarelli, E. and Vivarelli, M. (1999), „Start-up size and industrial dynamics: some evidence from Italian manufacturing”, *International Journal of Industrial Organization*, 17 7, pp.965-83
- Audretsch, D. B., Coad, A. and Segarra, A. (2014), „Firm growth and innovation”, *Small Business Economics*, 43 4, pp.743-9
- Audretsch, D. B., Klomp, L., Santarelli, E. and Thurik, A. R. (2004), „Gibrat’s Law: Are the Services Different?”, *Review of Industrial Organization*, 24 3, pp.301-24
- Autio, E., Sapienza, H. J., Almeida, J. G. (2000), „Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth”, *The Academy of Management Journal*, 43 5, pp.909-24
- Bartelsman, E., Scarpetta, S. and Schivardi, F. (2005), „Comparative Analysis of Firm Demographics and Survival: Evidence from Micro-level Sources in OECD Countries”, *Industrial and Corporate Change*, 14 pp.365-91
- Bastesen, J., Vatne, E. (2009), *The geography of rapid-growth firms. Exploring the role and location of entrepreneurial ventures*, SNF-project No. 2450, Institute for Research in Economics and Business Administration, Bergen
- Berger, A. N., Gregory F. and Udell, G. F. (1998), „The Economics of Small Business Finance The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle”, *Journal of Banking and Finance*, 22 6-8, pp.613-73
- Békés, G., Muraközy, B. (2012), „Magyar gazellák. A gyors növekedésű vállalatok jellemzői és kialakulásuk elemzése”, *Közgazdasági Szemle*, 59 3, 233–262. old.
- Bentzen, J., Madsen, E. S. and Smith, V. (2011), „Do firms’ growth rates depend on firm size?” *Small Business Economics*, 39 4, pp.937-47
- Bibu, N. A., Sala, D. C. (2014), Aspects of fast growth in Romanian companies. The case of a successful company in Timiș county. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 124 20, pp. 263–271
- Bibu, N. A., Sala, D. C. and Alb, M. (2014), *General features of the Romanian fast growth oriented firms*, The 8th International Management Conference “Management Challenges for Sustainable Development”, November 6th-7th, 2014, Bucharest
- Birch, D. L. (1979), *The Job Generation Process*, Cambridge, MA: MIT Program on Neighborhood and Regional Change
- Birch, D. L. (1981), „Who creates jobs?” *Public Interest*, 65 pp.3-14
- Birch, D. L. and Medoff, J. (1994), „Gazelles”, in: Solmon, L. C., Levenson, A. R. (Eds.), *Labor Markets, Employment Policy and Job Creation*, Boulder, CO: Westview Press
- Birch, D. L., Haggerty, A. and Parsons, W. (1995), *Who’s Creating Jobs?*, Boston, MA: Cognetics
- Birley, S., Muzyka, D., Dove, C. and Rossell, G. (1995), „Finding the High-Flying Entrepreneurs: A Cautionary Tale. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 19 4, pp.105-12

- Brüderl, J., Preisdörfer, P. (1998), „Network Support and Success of Newly Founded Businesses”, *Small Business Economics*, 10 3, pp.213-25
- Casson, M., Guista, M. D. (2007), „Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective”, *International Small Business Journal*, 25 3, pp.220-44
- Caves, R. (1998), „Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms”, *Journal of Economic Literature*, 36 4, pp.1947-82
- Chandler, G. N., Hanks, S. H. (1993), „Measuring the performance of emerging businesses: A validation study”, *Journal of Business Venturing*, 8 5, pp.391-408
- Cieslik, J. (2007), *General Trends and Roles of High-Growth Firms in the Polish Manufacturing Sector 1996-2006*, OECD Workshop on the Measurement of the High-Growth Enterprises, Paris
- Coad, A. (2007), *Firm Growth: A Survey. Papers on Economics and Evolution 2007-03*, Max Planck Institute of Economics, Evolutionary Economics Group, Jena [ftp://papers.econ.mpg.de/evo/discussionpapers/2007-03.pdf](http://papers.econ.mpg.de/evo/discussionpapers/2007-03.pdf)
- Coad, A. (2009), *The growth of firms: A survey of theories and empirical evidence*, Cheltenham: Edward Elgar
- Coad, A. (2010), „Exploring the processes of firm growth: evidence from a vector auto-regression”, *Industrial and Corporate Change*, 19 6, pp.1677-1703
- Coad, A., Rao, R. (2008), „Innovation and firm growth in high-tech sectors: A quantile regression approach”, *Research Policy*, 37 4, pp.633-48
- Crnogaj, K., Širec, K. (2014), „Employment and Value-added Contribution of Slovenian High-growth Companies (Gazelles)”, *Ekonomski horizonti*, 16 1, pp.17-30
- Csapó K. (2010), *A gyorsan növekvő kis- és középvállalkozások jellemzői és fejlesztési lehetőségei Magyarországon*, PhD-értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani PhD Programja, Budapest
- Csapó, K. (2011), „The characteristics and development possibilities of fast-growing small and medium-sized companies in Hungary”, *EREN-ET Profile*, 6 3, pp.16-27
- Czakó, E., Juhász, P., & Reszegi, L. (2016). Contrasting Methods: An Explorative Investigation on Firm-Level Export Competitiveness Based on Qualitative and Quantitative Research Findings. In Competitiveness of CEE Economies and Businesses (pp. 133-148). Springer International Publishing.
- Czarnitzki, D., Delanote, J. (2012), *Young Innovative Companies : the new high-growth firms?*, ZEW Discussion Paper No. 12-030 <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp12030.pdf>
- Daunfeldt, S. O., Johansson, D. (2010), *Industrial variation of high-growth firms*. ERSA conference papers ersa10p1658, European Regional Science Association. <http://www.sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa10/ERSA2010finalpaper1658.pdf>
- Daunfeldt, S. O., Halvarsson, D. (2015), „Are high-growth firms one-hit wonders? Evidence from Sweden”, *Small Business Economics*, 44 2, pp.361-83
- Daunfeldt, S. O., Halvarsson, D. and Johansson, D. (2012), *A cautionary note on using the Eurostat-OECD definition of high-growth firms*, HUI Working Papers 65, HUI Research
- Daunfeldt, S. O., Elert, N., Johansson, D. (2014), „The Economic Contribution of High-Growth Firms: Do Policy Implications Depend on the Choice of Growth Indicator?”, *Journal of Industry, Competition and Trade*, 14 3, pp.337-65
- Davidsson, P. (1991), „Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth”, *Journal of Business Venturing*, 6 6, pp. 405–429
- Davidsson, P., Delmar, F. (2006), *High-growth firms and their contribution to employment: The case of Sweden 1987–96*, Cheltenham: E. Elgar, pp.156-78
- Davidsson, P., Steffens, P., Fitzsimmons, J. (2009), „Growing profitable or growing from profits: Putting the horse in front of the cart?”, *Journal of Business Venturing*, 24 4, pp.388-406
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., Naldi, L. (2010), „Small Firm Growth” *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6 2, pp.69-166
- Delmar, F., Davidsson, P., Gartner, W. B. (2003), „Arriving at the high-growth firm”, *Journal of Business Venturing*, 18 2, pp.189-216
- Demirel, P., Mazzucato, M. (2012), „Innovation and Firm Growth: Is R&D Worth It?”, *Industry and Innovation*, 19 1, pp.45-62
- Dennis, W. J. (2011), „Entrepreneurship, small business and public policy levers”, *Journal of Small Business Management*, 49 1, pp.92-106
- Deschryvere, M. (2014), „R&D, firm growth and the role of innovation persistence: an analysis of Finnish SMEs and large firms”, *Small Business Economics*, 43 4, pp.767-85

- Disney, R., Haskel, J. and Heden, Y. (2003), „Restructuring and productivity growth in UK manufacturing”, *Economic Journal*, 113 489, pp.666-94
- Dunne, T., Roberts, M. J., Samuelson, L. (1989), „The Growth and Failure of U.S. Manufacturing Plants”, *Quarterly Journal of Economics*, 104 pp.671-98
- Estrin, S., Korostelva, J., Mickiewicz, T. (2009), *Better Means More: Property Rights and High-Growth Aspiration Entrepreneurship*, IZA Discussion Paper, No.4396. <http://discovery-dev.ucl.ac.uk/17484/1/17484.pdf>
- Etemad, H., Wu, P.-C. (2013), “Revisiting aspects of born globals: young Canadian SMEs growing rapidly and becoming born globals”, in: Etemad, H. (Ed.): *Current Issues in International Entrepreneurship*, Cheltenham: E. Elgar, pp.13-37
- Galbraith, J. K. (1970), *Az új ipari állam*, Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó
- Geroski, P. (1995), „What do we know about entry?”, *International Journal of Industrial Organization*, 13 4, pp.421-40
- Goedhuys, M., Sleuwaegen, L. (2010), „High-growth entrepreneurial firms in Africa: a quantile regression approach”, *Small Business Economics*, 34 1, pp.31-51
- Grilli, L., Murtinu, S. (2014), “Government, Venture Capital and the Growth of European High-Tech Entrepreneurial Firms”, *Research Policy*, 43 9, pp.1523-43
- Gupta R., Guha, S., Subraman, S. (2013), „Firm Growth and Its Determinants”, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2 1, pp.15-32
- Hagen, B., Zucchella, A. (2014), “Born global or born to run? The long-term growth of born global firms”, *Management International Review*, 54 4, pp.497-525
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. and Miranda, J. (2013), „Who Creates Jobs? Small versus Large versus Young”, *The Review of Economics and Statistics*, 95 2, pp.347-61
- Havnæs, P.-A., Senneseth, K. (2001), „A Panel Study of Firm Growth among SMEs in Networks”, *Small Business Economics*, 16 4, pp.293-302
- Heimonen, T. (2012), „What are the factors that affect innovation in growing SMEs?”, *European Journal of Innovation Management*, 15 pp.122-44
- Heimonen, T., Virtanen, M. (2012), „Characteristics of successful gazelles – problems in approaches and methods of analysing the data,” *International Journal of Business and Globalisation*, 9 1, pp.12-41
- Henrekson, M., Johansson, D. (2008), *Competencies and Institutions Fostering High-growth Firms*, IFN Working Paper, No. 757 <http://www.ifn.se/Wfiles/wp/wp757.pdf>
- Henrekson, M., Johansson, D. (2010), „Gazelles as Job Creators: A Survey and Interpretation of the Evidence”, *Small Business Economics*, 35 2, pp.227-44
- Hessels, J., Parker, S. C. (2013), “Constraints, internationalization and growth: A cross-country analysis of European SMEs”, *Journal of World Business*, 48 1, pp.137-48
- Holtz-Eakin, D. (2000), „Public policy toward entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 15 4, pp.283-91
- Hölzl, W. (2009), „Is the R&D behaviour of fast-growing SMEs different? Evidence from CIS III data for 16 countries”, *Small Business Economics*, 33 1, pp.59-75
- Hölzl, W., Friesenbichler, K. (2007), *Are Gazelles more innovative than other firms?*, Preliminary Draft for the Gazelle Panel (SIP3) http://www.fep.up.pt/conferencias/eaep2007/Papers%20and%20abstracts_CD/h%F6lzl.pdf
- Hölzl W., Janger, J. (2013), „Does the analysis of innovation barriers perceived by high growth firms provide information on innovation policy priorities?” *Technological Forecasting and Social Change*, 80 8, pp.1450-68
- Jeserich, N., Kelley, H., Toft, G. and Cole, G. (2012), *Drivers of High-growth Businesses across U.S. States: Policy Implications*, http://exceptional-growth.org/insights/irpr_2012_jeserich.pdf
- Johannisson, B., Ramirez-Pasillas, M. and Karlsson, G. (2002), „The institutional embeddedness of local inter-firm networks: A leverage for business creation”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 14 4, pp.297-315
- Johanson, J., Vahlne, J.-E. (1977), “The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments”, *Journal of International Business Studies*, 8 1, pp.23-32
- Jovanovic, B. (1982), „Selection and the Evolution of Industry”, *Econometrica*, 50 3, pp.649-70
- Karlsson, C., Dahlberg, R. (2003), „Entrepreneurship, firm growth and regional development in the new economic geography: introduction”, *Small Business Economics*, 21 pp.73-6
- Kolar, J. (2014), *Policies to support High Growth Innovative Enterprises*. Final report from the SESSION II of the 2014 ERAC Mutual Learning Seminar on Research and Innovation policies March 20, 2014 European Commission, Brussels, <https://ec.europa.eu/research/innovationun->

- ion/pdf/erac/final_report_from_session_ii_of_the_2014_erac_mutual_learning_seminar.pdf
- Koski, H., Pajarinen, M. (2013), "Subsidies, Shad-ow of Death and Productivity", ETLA Working Papers 16, The Research Institute of the Finnish Economy
- Lechner, C., Dowling, M. (2003), „Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms”, *Entrepreneurship and Regional Development*, **15** 1, pp.1-26
- Lee, K. (2010), „A theory of firm growth: learning capability, knowledge threshold, and patterns of growth”, *Research Policy*, **39** 2, pp.278-89
- Lee, N. (2014), „What holds back high-growth firms? Evidence from UK SMEs”, *Small Business Economics*, **43** 1, pp.183-95
- Loti, F., Santarelli, E., Vivarelli, M. (2003), „Does Gibrats Law Hold Among Young, Small Firms?”, *Journal of Evolutionary Economics*, **13** pp.213-5
- Mason C., Brown R. (2013), „Creating good public policy to support high growth firms”, *Small Business Economics*, **40** 2, pp.211-25
- Mazzucato, M., Parris, S. (2015), „High-growth firms in changing competitive environments: the US pharmaceutical industry (1963 to 2002)”, *Small Business Economics*, **44** 1, pp.145-70
- Močnik, D., Širec, K. (2015), „Determinants of a fast-growing firm's profits: empirical evidence for Slovenia”, *Scientific Annals of the „Alexandru Ioan Cuza” University of Iași Economic Sciences*, **62** 1, pp.37-54
- Mogos, S., Davis, A., Baptista, R. (2015), *High Growth Firms: Sustainable Growth, Volatility, and Survival*, DRUID Conference, June 15-17, 2015, Rome
- Moreno, A. M., Casillas, J. C. (2007), „High-growth SMEs versus Non-high-growth SMEs: A discriminant analysis”, *Entrepreneurship and Regional Development*, **19** 1, pp.69-88
- Moreno, F., and Coad, A. (2015), “High-Growth Firms: Stylized Facts and Conflicting Results”, in: Corbett, A. C., Katz, J. A., Mckelvie, A. (Eds.): *Entrepreneurial Growth: Individual, Firm, and Region (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Volume 17)*, Emerald Group Publishing Limited, pp.187-230
- Muthaih, K., Venkatesh, S. (2012), „A study on the barriers affecting the growth of small and medium enterprises in India”, *International Journal of Research in Computer Application Management*, **2** 1, pp.77-81
- Murphy, G. B., Trailer, J. W., Hill, R. C. (1996), „Measuring performance in entrepreneurship”, *Journal of Business Research*, **36** 1, pp.15-23
- Nadal, R. (2016), *Financing high-potential entrepreneurship. Government should create an enabling environment – for entrepreneurs and investors – rather than try to pick “winners”*, <http://wol.iza.org/articles/financing-high-potential-entrepreneurship/long>
- Nagy Á.–Palócz É. [2010]: *Növekedési stratégiák a kis- és középvállalati szektorban*, Kopint Konjunktúrakutatási Alapítvány, Budapest.
- Navaretti, G. B., Castellani, D. and Pieri, F. (2014), „Age and firm growth: evidence from three European countries”, *Small Business Economics*, **43** 4, pp.823-37
- Némethné Pál K. (2010), „Hol szökellnek a magyar gazellák? A dinamikusan növekvő kis- és középvállalatok néhány jellemzője”, *Vezetéstudomány*, **41** 4, 32-44. old.
- OECD (2010): *High-Growth Enterprises: What Governments Can Do to Make a Difference*, OECD, Paris
- Ortega-Argilés, R., Vivarelli, M. and Voigt, P. (2009), „R&D in SMEs: a paradox?”, *Small Business Economics*, **33** 1, pp.3-11
- Papanek, G. (2009), *A Gibrat „törvény” és a magyar gazellák. A gyorsan növekvő magyar kkv-k a gazdaság potenciális motorjai*, www.ektf.hu/~papanek/doc/gibrat.doc
- Papanek, G. (2010), „A gyorsan növekvő magyar kis- és középvállalatok a gazdaság motorjai”, *Közgazdasági Szemle*, **57** 4, 354-370. o.
- Park, Y., Shin, J., Kim, T. (2010), „Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry”, *Small Business Economics*, **35** 2, pp.153-68
- Parker, S. C., Storey, D. J., and Van Witteloostuijn, A. (2010), „What happens to gazelles? The importance of dynamic management strategy”, *Small Business Economics*, **35** 2, pp.203-26
- Peneder, M. (2009), „The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept”, *Journal of Industry, Competition and Trade*, **9** 2, pp.77-99
- Penrose, E. (1959/1995), *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford: Oxford University Press.
- Pšeničny, V., Glas, M. (2002), *Characteristics of the impact of business environment on enterprise growth in Slovenia's transition economy*, Babson College – Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Boulder CO: University of Colorado, June 6th-8th, 2002.
- Ryzhkova, N. (2015), „Does online collaboration with customers drive innovation performance?”, *Journal of Service Theory and Practice*, **25** 3, pp.327-47

- Santarelli, E., Vivarelli, M. (2007), „Entrepreneurship and the process of firms' entry, survival and growth”, *Industrial and Corporate Change*, 16 3, pp.455-88
- Schimke, A., Brenner, T. (2011), „Temporal structure of firm growth and the impact of R&D”, *Working Paper Series in Economics*, 32, Karlsruhe Institut für Technologie, http://econpapers.wiwi.kit.edu/downloads/KITe_WP_32.pdf
- Schoonjans, B., Van Cauwenberge, P. and Vander Bauwhede, H. V. (2013), „Formal business networking and SME growth”, *Small Business Economics*, 41 1, pp.169-81
- Schreyer, P. (2000), *High Growth Firms and Employment (DSTI/INT/PME (99) 6.)*, OECD Working Party on SMEs, Paris
- Segarra, A., Teruel, M. (2014), „High-growth firms and innovation: An empirical analysis for spanish firms”, *Small Business Economics*, 43 4, pp.805-21
- Shepherd, D., Wiklund, J. (2009), „Are we comparing apples with apples or apples with oranges? Appropriateness of knowledge accumulation across growth studies”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 1, pp.105-23
- Szerb L. – Csapi V. – Deutsch N. – Hornyák M. – Horváth Á. – Kruzsliz F. – Lányi B. – Márkus G. – Rác G. – Rappai G. – Rideg A. – Szűcs P. K. – Ulbert J. (2014), „Mennyire versenyképesek a magyar kisvállalatok? A magyar kisvállalatok (MKKV szektor) versenyképességének egyéni-vállalati szintű mérése és komplex vizsgálata”, *Marketing és Menedzsment*, 48 (Különszám), 3-21. old.
- Stam, E. (2010), „Growth beyond Gibrat: firm growth processes and strategies”, *Small Business Economics*, 35 2, pp.1-7
- Storey, D. J. (1994), *Understanding the Small Business Sector*, University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1496214>
- Sutton, J. (1997), „Gibrat's legacy”, *Journal of Economic Literature*, 35 1, pp.40-59
- Szerb L. – Komlósi É. – Varga A. (2017), *Magas növekedésű vállalatok Magyarországon: az innovatív, a rejtélyes és a látens gazellák* (kézirat), Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi kar
- Terjesen, S., Szerb, L. (2008), „Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of determinants of firm level growth expectations”, *Estudios D'Economia*, 35 2, pp.153-78
- Teruel, M., De Wit, G. (2011), *Determinants of high-growth firms. Why have some countries more high-growth firms than others?* Zoetermeer: EIM. <http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H201107.pdf>
- Van Praag, M. C., Versloot, P. H. (2008), „The Economic Benefits and Costs of Entrepreneurship: A Review of the Research”, *Foundations and Trends in Entrepreneurship Research*, 4 2, pp.65-154
- Virtanen, M., Smallbone, D. (2013), *Policy Makers' Dream: Gazelles – Myth or reality?*, Centre for Entrepreneurship, Innovation and Regional Development at Ventspils University College Discussion Paper No. 6. <http://venta.lv/wp-content/uploads/DISCUSSION-PAPER-No6.pdf>
- Weinzimmer, L. G., Nyström, P. C. and Freeman, S. J. (1998), „Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines”, *Journal of Management*, 24 2, pp.235-62
- Wennberg, K. (2013), *Managing High-Growth Firms: A literature review*. OECD.org. http://www.oecd.org/cfe/leed/Wennberg_Managing%20a%20HGF.pdf
- Wiklund, J., Shepherd, D. (2003), „Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities”, *Journal of Management Studies*, 40 8, pp.1911-41
- Wong, P. K., Ho, Y.P., Autio, E. (2005), „Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data”, *Small Business Economics*, 24 3, pp.335-50

Komlósi Éva, PhD, tudományos munkatárs
MTA-PTE Innováció és Gazdasági Növekedés Kutatócsoport
Regional Innovation and Entrepreneurship Research Center (RIERC)
komlosieva@ktk.pte.hu

Dr. habil. Szerb László, PhD, intézetigazgató egyetemi tanár
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar
Kvantitatív Menedzsment Intézet
MTA-PTE Innováció és Gazdasági Növekedés Kutatócsoport
Regional Innovation and Entrepreneurship Research Center (RIERC)
szerb@ktk.pte.hu

What makes a gazelle after all?

ABSTRACT

THE AIM OF THE STUDY

In recent years, several studies have been published that draw attention to the methodological problems related to the identification of high-growth firms (so called gazelles). These studies also pointed out the unanimous controversial nature of the research results. In our study, we provide a comprehensive summary of these methodological dilemmas. In addition, we summarize the most important results of the Central and Eastern European and Hungarian gazelle literature.

APPLIED METHODOLOGY

Literature survey, correlation analysis

MOST IMPORTANT RESULTS

After more than three decades of research the exact definition of gazelle firms is still lacking. Empirical studies report opposing results about the effect of demographic and firm level strategic variables on growth. Most times younger and smaller firms grow faster but there are many older and larger gazelle exist. Gazelles are not necessary operate in high tech industries; many of them are not innovative or export oriented. Well managed and networked businesses are becoming gazelles more frequently. proper financing is a major obstacle of growing ventures, but only a small fraction of gazelles are financed by venture capital. Central and Eastern European studies report similar contradictory results. To illustrate the methodological problems, using a Hungarian SME database (2010-2015), we tested different gazelle definitions often used by the literature. The connections between growth and different growth factors are presented in a correlation table.

FURTHER RESEARCH SUGGESTION

Similar to innovation, there is a need to standardize gazelle research, in particular the different growth measures. There is also a need to develop a complex model of growth. Besides the usual registry based empirical studies there is a need to develop questionnaires that are able to identify the key strategic factors of growth

Keywords: gazelle, fast-growing firms, firm growth, Central and Eastern Europe