

BEWERTUNGSSTUDIE

Wurde im Rahmen des Projekts "**Verbesserung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zur Erhöhung der Überlebensrate von Roma und Sinti KMU's**", mit dem Kennzeichen „**AT-HU104**“ Akronym **ROMABIZ**, zur statistischen Auswertung einer anonymen Fragebogenumfrage

erstellt von:

Norbert Kulcsár

Projektmanager

A Cigánységért az Európai Unióban Egyesület

Oktober 2019

Einführung

In dem Projekt „**Verbesserung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zur Erhöhung der Überlebensrate von Roma und Sinti-KMU**“ mit dem Kennzeichen ATHU104, abgekürzt ROMABIZ (Akronym), das im Rahmen des Programms **Interreg VA Österreich-Ungarn** verwirklicht wird, werden wir die Daten von Roma Unternehmern durch eine Analyse der anonymen Fragebogenumfrage zusammenfassen.

Im Projekt werden die Ergebnisse der Evaluierung direkt für die Entwicklung des Train the Train-Lehrplans verwendet, in dem Personen, die Dienstleistungen im Projektberatungsdienst erbringen, mit dem speziell für das Projekt zusammengestellten Schulungslehrplan ausgebildet werden. Infolgedessen wirken sich die Ergebnisse der Bewertung auch indirekt auf die Beratung aus.

Bei der Bewertung weichen wir von der üblichen Umweltanalyse ab, da wir uns speziell auf die in der Umfrage gesammelten Informationen konzentrieren.

Während der Fragebogenumfrage konnten Antworten auf alle Fragen aus Mangel an Informationen ausgelassen oder abgelehnt werden.

Der Fragebogen wurde von den Projektpartnern gemeinsam zusammengestellt.

Projektpartner:

- Berufsförderungsinstitut Burgenland - BFI Burgenland (LEAD partner)
- A Cigányságért az Európai Unióban Egyesület - CEUE
- Zala Megyei Kereskedelmi és Iparkamara – ZMKIK
- Zala Megyei Cigány Civil Szervezet – ZMCCSZ

Partner, der für die Erstellung des Fragebogens verantwortlich ist:

- Zala Megyei Kereskedelmi és Iparkamara – ZMKIK

Partner, der für die Erstellung des Lehrplans verantwortlich ist:

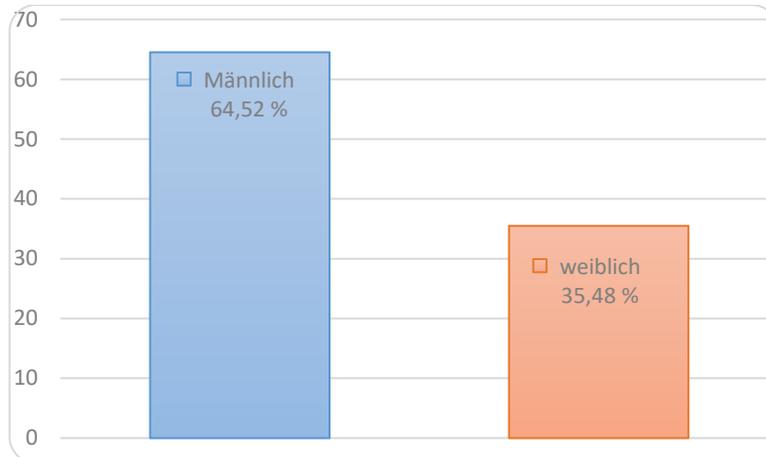
- Zala Megyei Cigány Civil Szervezet – ZMCCSZ

Partner, der für die Erstellung der Evaluierungsstudie verantwortlich ist:

- A Cigányságért az Európai Unióban Egyesület - CEUE

Verteilung der an der Fragebogenumfrage teilnehmenden Unternehmer:

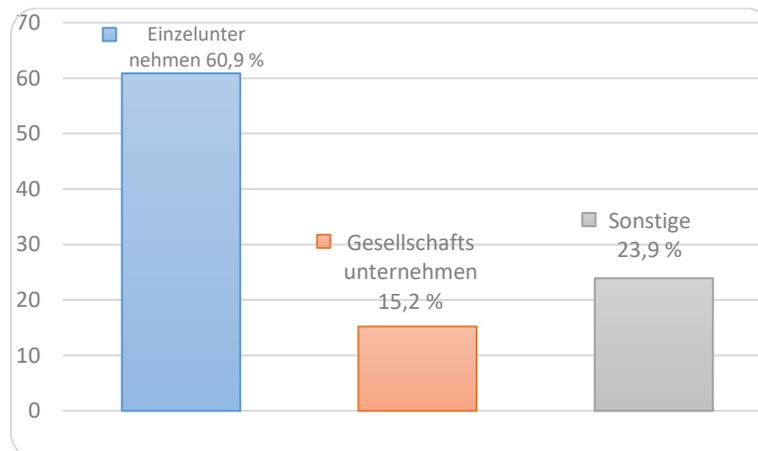
- **Nach Geschlecht**



Es ist nicht die Geschlechterverteilung der Unternehmen zu sehen, sondern das Geschlechterverhältnis der Befragten.

In den Unternehmen kennen wir das Verhältnis des Geschlechts zwischen Arbeitnehmern und Eigentümern nicht.

- **Nach Form des Unternehmens**

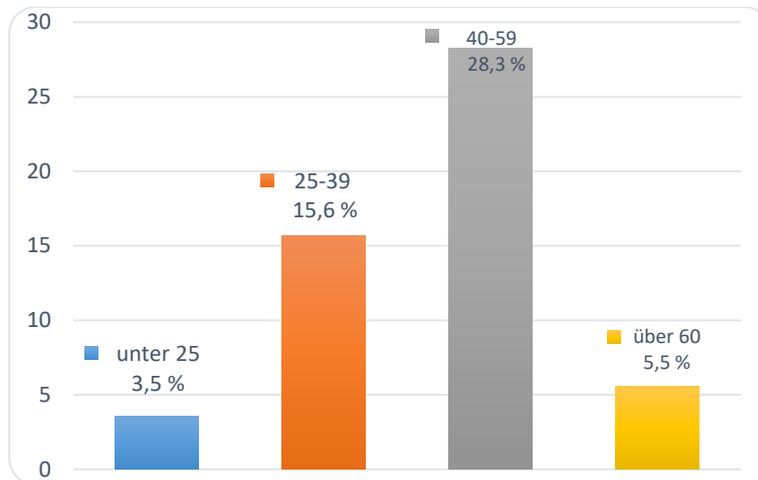


Der Anteil der Einzelunternehmen ist höher als die Anzahl der Gesellschaftsunternehmen.

Interessanterweise ist der Anteil sonstiger Unternehmen viel höher als der Durchschnitt. Der Grund dafür ist, dass hier auch Primärproduzenten, Sozialgenossenschaften und alle anderen mit einer Steuernummer einbezogen wurden.

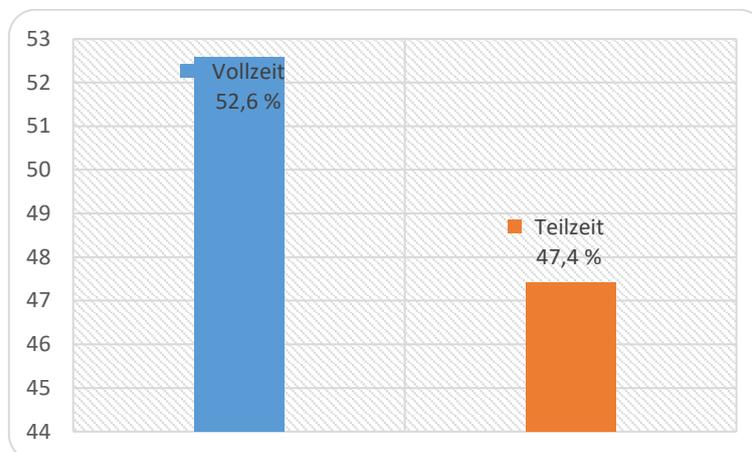


- **Nach Alter:**



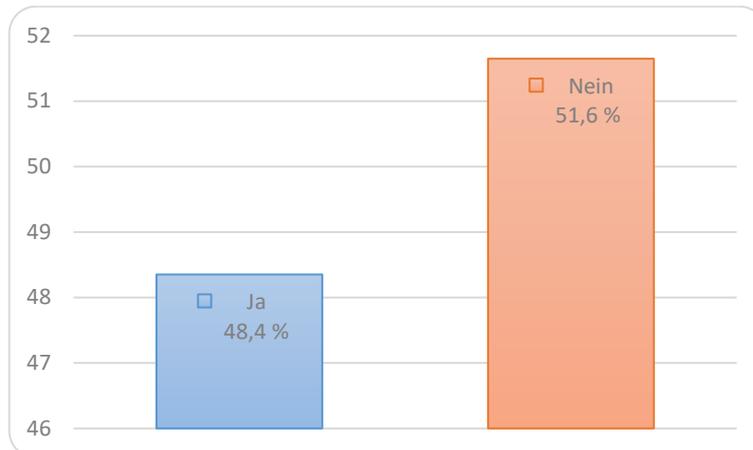
Unter den befragten Unternehmen sind hauptsächlich Menschen mittleren Alters vertreten. Die Zahl der über 60-Jährigen ist recht gering, und die Zahl der unter 25-Jährigen ist noch geringer.

- **Vollzeit oder Teilzeitunternehmer**



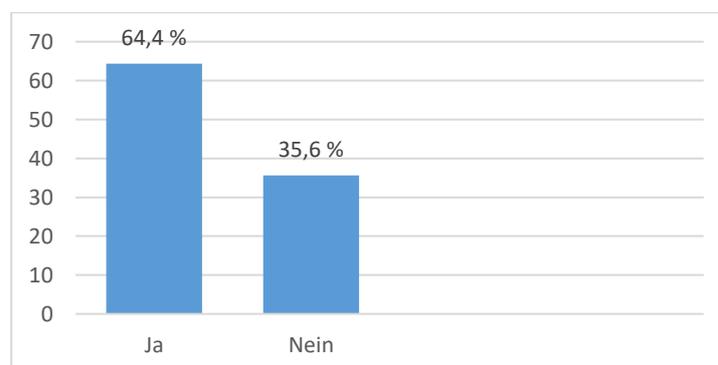
Mehr als 52% der befragten Unternehmen sind Vollzeitunternehmer. Die Zahl der Teilzeitunternehmer ist ebenfalls hoch. Neben dem Unternehmertum sind andere Aktivitäten auch wichtig für die Einkommensgenerierung, aber sie lenken Aufmerksamkeit und Energie vom Geschäft ab.

- **Ist die Fortführung / der spätere Betrieb des Geschäfts geregelt:**



Für fast die Hälfte der Unternehmen scheint die Fortführung des Geschäfts bereits gelöst zu sein. Dies ist sehr ermutigend, aber es ist möglich, dass die Person, die das vom befragten Unternehmer wahrgenommene Geschäft fortsetzt, dem Unternehmer nicht immer zustimmt. Dies wurde nicht separat gemessen. Unter Berücksichtigung der negativen Veränderung der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens kann sich diese Zahl weiter verringern, da das Unternehmen möglicherweise sogar vor der Übertragung nicht mehr existiert.

- **Verteilung von Unternehmen, die Beratungsleistungen in Anspruch nehmen wollen und nicht.**

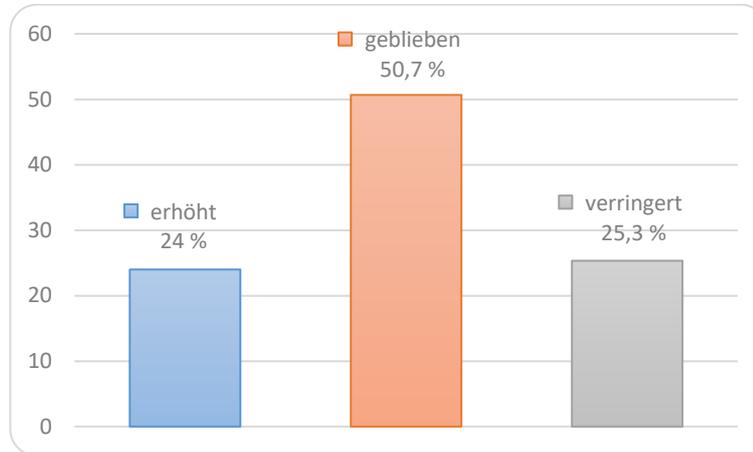


Etwa zwei Drittel der Befragten möchten künftig einen Beratungsdienst in Anspruch nehmen, der ein Dienst des ROMABIZ-Projekts sein könnte.



Unternehmensspezifische Informationen

- Verkaufsvolumen gegenüber dem Vorjahr:

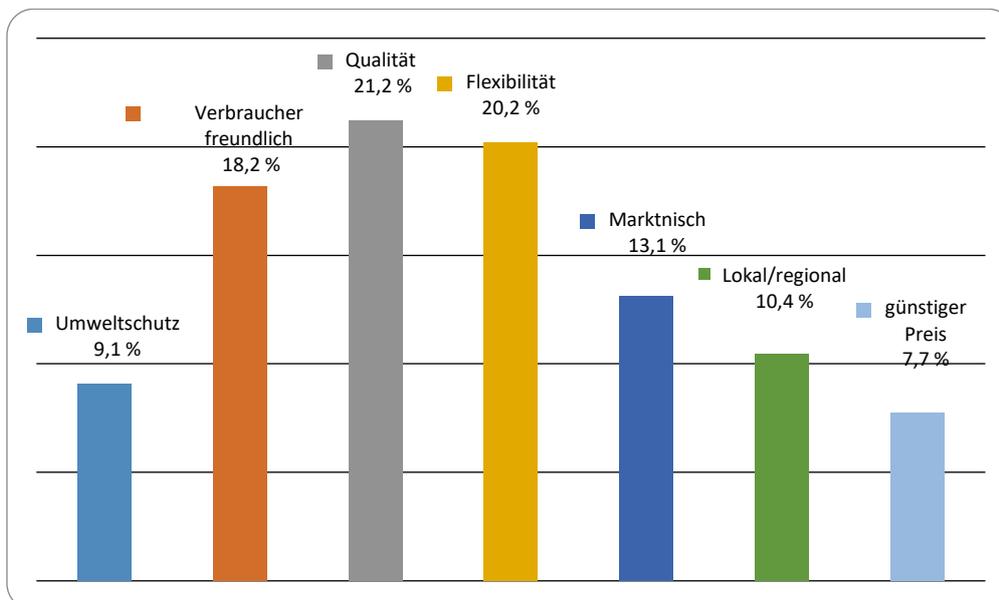


24% der Unternehmen gaben an, dass der Umsatz gegenüber dem Vorjahr gestiegen ist, während etwas mehr als 25% angaben, dass sie gesunken sind.

Auf dieser Grundlage zeigt der Markt einen ausgewogenen, stagnierenden Trend.

Die Kaufkraft spiegelt sich in den obigen Daten nicht genau wider, da sie nicht das gegenseitige Verkaufsvolumen zwischen Unternehmen enthält.

- Stärken der Unternehmen



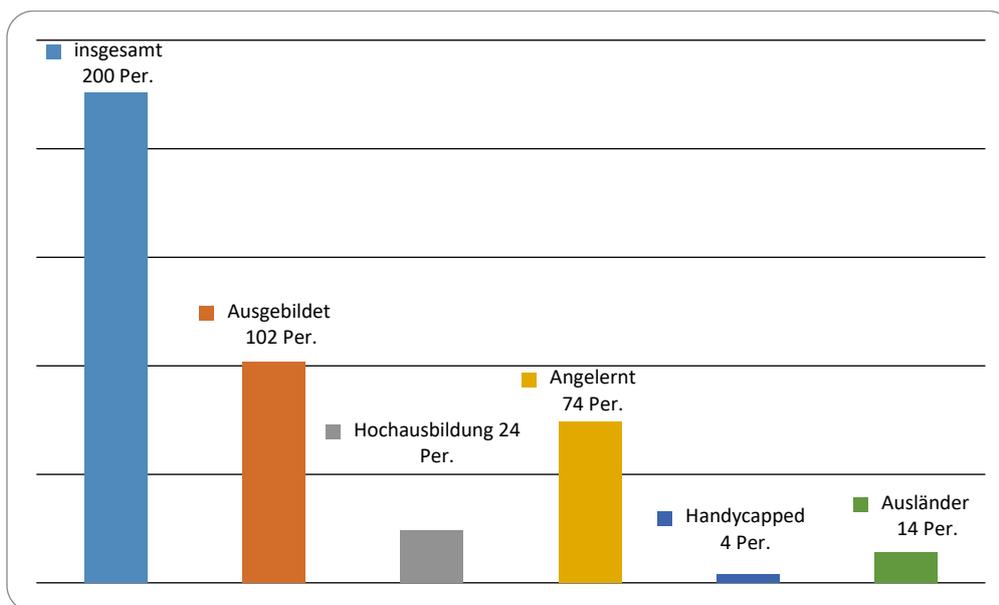


Die Stärken von Unternehmen nach eigenem Ermessen, von den häufigsten bis zu den rarsten.

1. Produkt/Dienst Qualität
2. Zeitliche Flexibilität
3. Verbraucherfreundlich
4. Marktnischenprodukt
5. Lokales/Regionales Produkt
6. Umweltschutz
7. Sonstige: (günstiger Preis)

Qualität und Flexibilität stehen an erster Stelle, was für die befragten Unternehmen sehr positiv ist, da die Grenzregion nach Qualität und Flexibilität strebt.

- Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen (einschließlich Unternehmensleiter, Unternehmer):

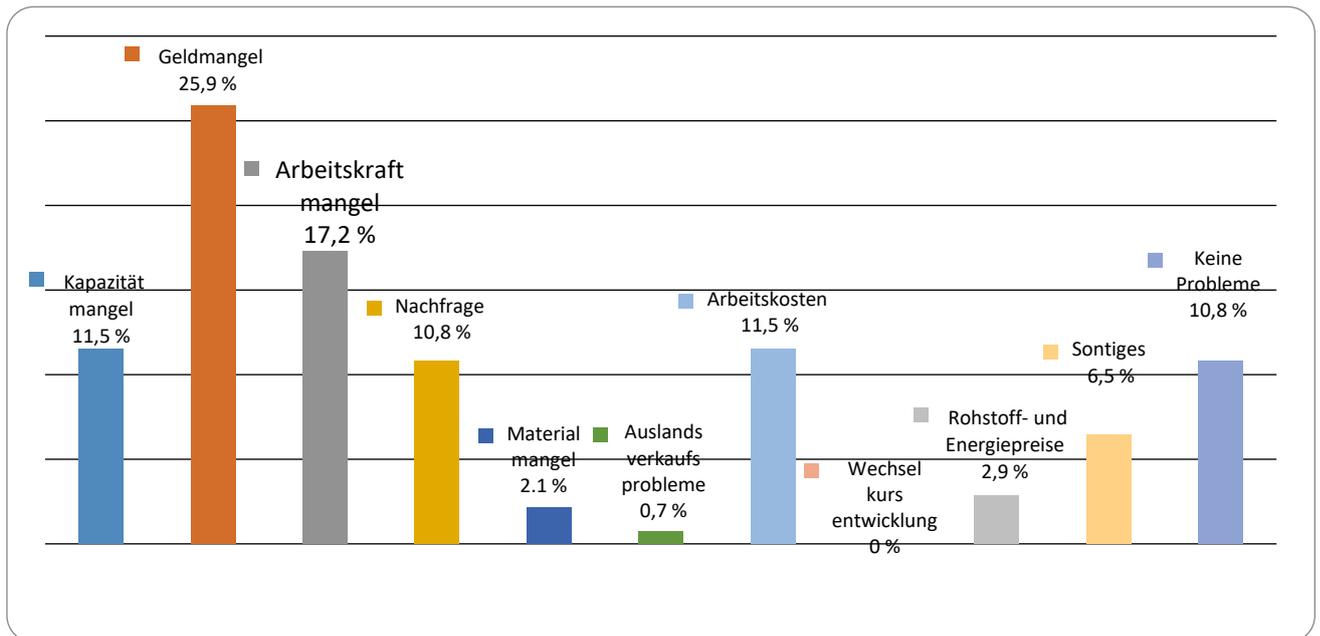


Die Hälfte der Unternehmer verfügt über qualifizierte Arbeitskräfte und nur 24 über eine Hochschulausbildung.

Nicht alle Unternehmen haben Beschäftigte.



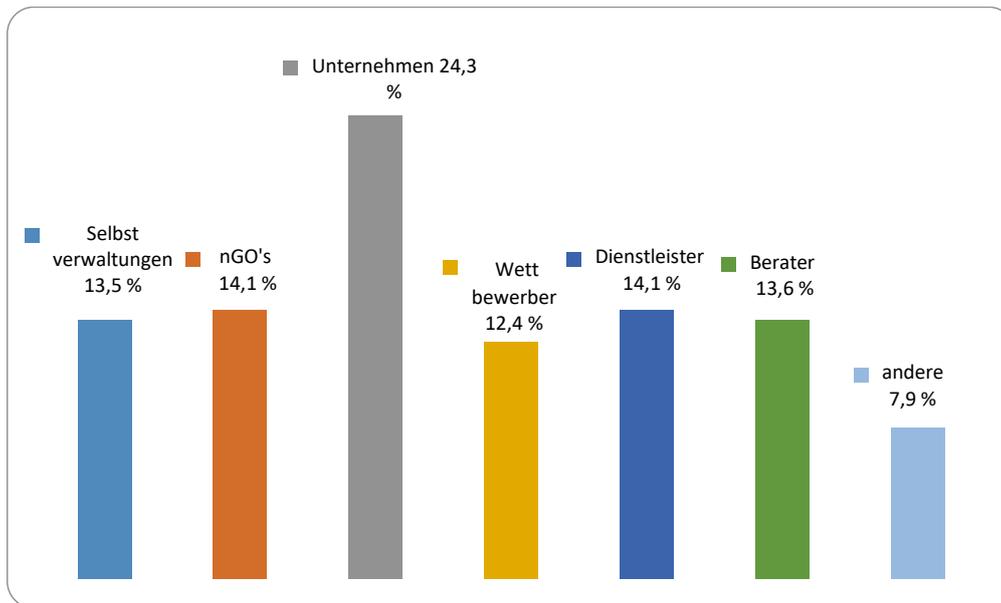
- Welche Faktoren haben das Geschäft Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr am meisten behindert:



Faktoren in der Reihenfolge der Häufigkeit der Antworten:

1. Kapital / Geldmangel
2. Arbeitskräftemangel
3. Arbeitskosten
4. mangelnde Kapazität
5. mangelnde Nachfrage
6. nichts hat das Geschäft des Unternehmens behindert
7. sonstige
8. Rohstoff- und Energiepreise
9. Materialmangel
10. Auslandsverkaufsprobleme
11. Wechselkursentwicklungen

- Welche Art der Zusammenarbeit würde nach Ansicht der Unternehmer die Tätigkeit und Entwicklung ihres Unternehmens fördern:

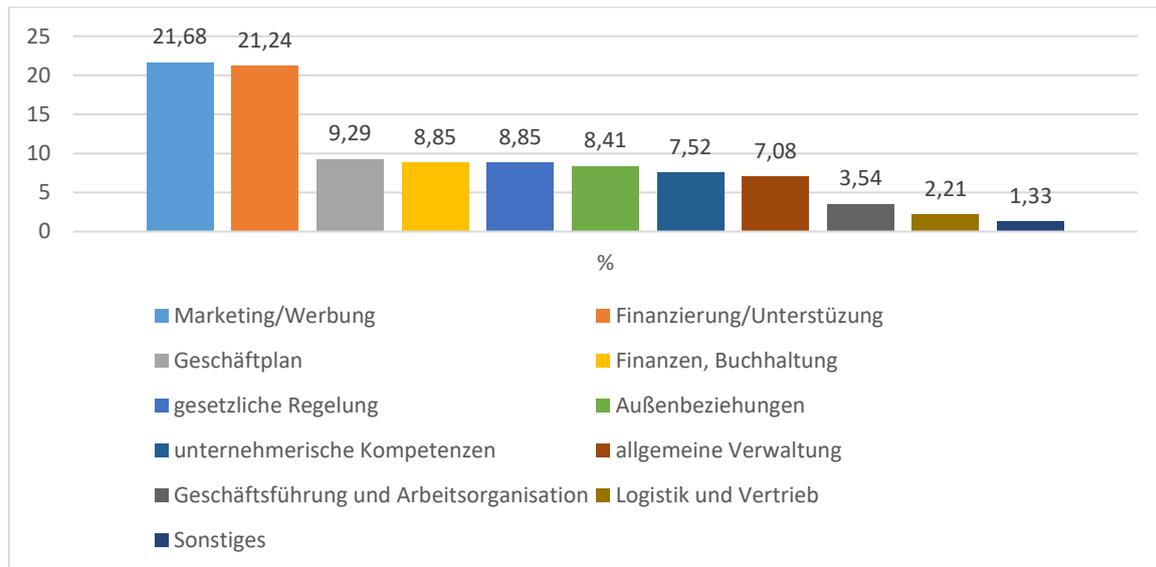


Laut Unternehmern arbeiten sie, um erfolgreich zu sein, meistens mit den folgenden zusammen, in absteigender Reihenfolge der Anzahl der Antworten:

1. mit Unternehmen
2. mit Dienstleistern
3. mit NGOs
4. mit Beratern
5. mit lokalen Regierungen
6. mit Wettbewerbern
7. andere



- Welche Informationen und Ratschläge benötigen Sie, um die Marktchancen Ihres Unternehmens zu erhöhen?

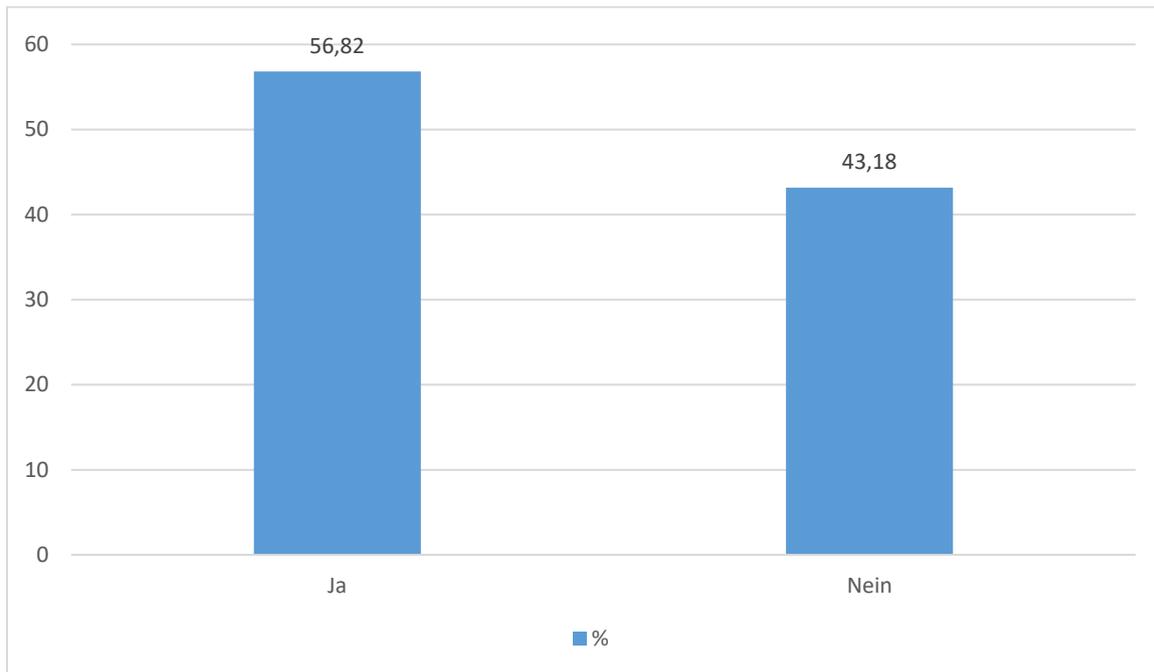


In Prozent aller Befragten sind „Finanzierung, Unterstützung“ sowie „Marketing und Werbung“ die wichtigsten Informationen, die Unternehmen für notwendig halten, um die Marktchancen zu erhöhen. Auflistung der optionalen Informationen in absteigender Reihenfolge der Häufigkeit der Antworten der Befragten.

1. Marketing und Werbung
2. Finanzierung, Unterstützung
3. Geschäftsplan
4. Finanzen, Buchhaltung
5. gesetzliche Regelung
6. Außenbeziehungen
7. unternehmerische Kompetenzen
8. allgemeine Verwaltung
9. Geschäftsführung und Arbeitsorganisation
10. Logistik und Vertrieb
11. Sonstiges: Ausschreibungsinformationen

Dieser Punkt ist einer der wichtigsten für die Entwicklung des Train the Trainer-Lehrplans. Um das Interesse der Unternehmer zu befriedigen, müssen die beiden herausragenden Themengruppen bei der Erstellung des Lehrplans berücksichtigt werden.

- Verteilung der Unternehmen danach, wer sein Unternehmen auf einer Plattform präsentieren will und an Veranstaltungen teilnehmen möchte.



56,82% der Befragten möchten ihr Geschäft anderen vorstellen. Bei der Organisation von Studienreisen kann dies ein Stützpunkt sein, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen Besucher empfangen würde.