



Centre for Economic and Regional Studies of the Hungarian
Academy of Sciences – Institute of World Economics
MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
Világgazdasági Intézet

Kihívások

225.

2017 november

Éltető Andrea, Udvari Beáta

A MAGYAR KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK EXPORTJÁNAK JELLEMZŐI:

KORLÁTOK ÉS ÖSZTÖNZŐ TÉNYEZŐK

Kh

MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
Világgazdasági Intézet

Kihívások 225. szám (2017) 2017. november 27.

A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői: korlátok és ösztönző tényezők¹

Éltető Andrea tudományos főmunkatárs,

Udvari Beáta adjunktus

MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
Világgazdasági Intézet

Jelen elemzésben kifejtett vélemények és következtetések nem minden esetben tükrözik a Szegedi Tudományegyetem - Gazdaságtudományi Kar, valamint a Világgazdasági Intézet, illetve a Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont kutatóinak véleményét, vagy a Magyar Tudományos Akadémia álláspontját

¹ A 115578 sz. NKFIH kutatás kérdőíves felmérésének főbb eredményei



A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői: korlátok és ösztönző tényezők

Éltető Andrea², Udvari Beáta³

A magyar KKV-k exportja a legutóbbi felmérések tükrében

A magyar kis- és középvállalatok nemzetköziesedésének hazai szakirodalmában a legtöbbször összekapcsolódik a versenyképességi kutatásokkal⁴. A nemzetköziesedés több formáját és motivációit vizsgálja S. Gubik [2014] egy 104 elemű kérdőíves mintán, aminek 77 százaléka KKV. A szerző következtetése, hogy a nemzetközi piacra lépés módját és idejét nemcsak a vállalat erőforrásai határozzák meg, hanem a tulajdonos/menedzser attitűdje is. Kifejezetten a magyar KKV-k válság utáni külkereskedelméről is rendelkezésre áll néhány elemzés. Szerb és szerzőtársai [2013] online kérdőívezést végeztek, mintájuk 973 KKV-ból áll, de ennek csak 30%-a exportált. Az exportőröket tovább bontották magas és alacsony szinten exportálókra az exportbevétel árbevételhez viszonyított aránya szerint. A magas szintű exportőrök (mintegy 100 cég, melyeknél ez az arány 25% fölött van) válaszaik szerint exportsikerük mögött a következő tényezők állnak: jó minőségű termékek, kiváló kapcsolatok, nyelvtudás, versenyképes árak, szakképzett dolgozók és menedzserek, fejlett technológia, megfelelés a nemzetközi szabványoknak, információ a külföldi lehetőségekről. Kazainé és Pecze [2014] tanulmánya egy 300 közép- és nagyvállalatból

² tudományos főmunkatárs, Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Világgazdasági Intézet, Tóth Kálmán utca 4, H-1097 Budapest, Hungary Email: elteto.andrea@krtk.mta.hu

³ adjunktus, Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar. E-mail: udvari.beata@eco.u-szeged.hu

⁴ E téren kiemelkedik a Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdasági Intézetének lassan két évtizede tartó "Versenyben a világgal" című kutatása, a Pécsi Tudományegyetem Vállalati Gazdasági Tanszékének és a Miskolci Egyetem Gazdaságelméleti és Módszertani Intézetének publikációi.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

álló adatbázison alapul. Klaszterelemzésük eredményei szerint a válság alatt a sikeres cégek csoportja jobbnak bizonyult a megfelelő stratégia, akcióterv kidolgozásában, gyors reagálásban, a termékskála átrendezésében, termelés hatékonyságának javításában, új termékek fejlesztésében, új piacok keresésében. A válság után a sikeres cégek több, mint fele növelte exportját, míg a stagnálók között csak 33 százalék volt ez az arány. Leginkább tehát a vállalatok termékeivel és vezetőivel kapcsolatos tényezők vezettek sikerre, azonban arra nem kapunk választ, hogy a sikeresek csoportjában milyen arányban szerepelnek kkv-k.

A vállalati menedzsment illetve tulajdonos szerepét és az általuk befolyásolt szervezeti innovációs, tanulási, kapcsolatteremtési képességet, vállalati kultúrát emeli ki Ábel és Czakó [2013] magyar export sikert elemző könyve is, ami tíz, jelentősen exportáló középvállalat vezetőjével készített mélyinterjú alapján. Chikán és szerzőtársai [2014] kérdőíves felmérése a magyar 50 fő feletti vállalatok válság alatti és az azt közvetlenül követő teljesítményét jellemezte. Itt a 140 válaszadó szerint az exportüzletek sikere mögötti tényezőkben a legfontosabb a kapcsolatok megléte, a termékek jó minősége, valamint a gyors, rugalmas szállítás.

Az exportot ösztönző tényezők mellett néhány elemzés is található arra vonatkozóan, hogy a magyar KKV-k milyen faktorokban látják a kivitel akadályát. A Magyar Fejlesztési Bank évente készíti a nagyvállalatokkal és KKV-kkel kapcsolatos felméréseket. A 2012-es felmérés alapján, amely 110 exportőr KKV-t tartalmaz, Mikesy [2013] bemutatja, hogy a feldolgozóipari KKV-k legnagyobb arányban a termékük exportképességével kapcsolatos problémákat (azon belül is a túl magas szállítási költségeket) jelölték meg exportot korlátozó tényezőként. Emellett a vállalatok több mint egyötöde számára jelentettek akadályt a finanszírozási nehézségek, a hiányos külpiazi ismeretek, valamint a nyelvi problémák. A 2014 tavaszi felmérés kifejezetten az exportra koncentrált⁵, a válaszadó cégek közül 190 volt exportőr. Az eredmények szerint a legfőbb korlátok hasonlóak maradtak: a termék külpiazi bevezetése, magas szállítási költségek és az exportfinanszírozás hiánya. A humántőke leginkább a mikrovállalatoknak okoz

⁵ MFB Indicator 2014 spring: <https://www.mfb.hu/aktualis/mfb-indikator/mfb-indikator-10-2014-tavas>

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

problémát, csakúgy, mint a finanszírozás. Szerb és szerzőtársai [2013] említett felmérése szerint az alacsony szinten exportáló vállalatok (kb. 100 válaszadó) az exportot korlátozó tényezőknek a nem megfelelő hazai ösztönzést, a magas szállítási költségeket, a hiányos külkapcsolatokat, az elégtelen pénzügyi erőforrásokat és információt, valamint a nem hatékony hazai adminisztrációt és vállalatvezetést tartották.

Ami az exportáló vállalatok teljesítményét illeti, a vállalati mérleg adatok szerint a magyar exportőrök is jobb mutatókkal bírnak, mint a nem exportőrök (Békés et al. [2013]), azonban erős iparági heterogenitás is kimutatható (Vovkanyh [2013]): az export kedvező termelékenységi hatása eltérően érvényesül az egyes ágazatokban. Kazainé és Pecze [2014] már említett tanulmánya összehasonlította a sikeresen exportáló cégeket a stagnálókkal a válság alatti és az azt követő időszakban is. Saját kutatásunk szempontjából is fontos megállapítás, hogy a sikeres, exportorientált cégekre (40 elem) jellemző a magas export-intenzitás, nagy export bevétel, nyereségesség, nagyobb vállalatméret, többségében külföldi tulajdon. A stagnáló klaszter (34 elem) jellemzően magyar tulajdonú középvállalatokból állt, átlag alatti nyereséggel és a sikeres csoporténál jóval alacsonyabb export volumennel és bevétellel. Egy másik tanulmányban is több év kérdőíveit felhasználva Kazainé [2016] klasztereket alkotva kimutatta, hogy a stabilan növekvő exportú cégcsoport jobb pénzügyi mutatókkal rendelkezik, mint a többi (fejlődő, stagnáló, kismértékű exportálók).

Az említett magyar tanulmányok legkésőbb 2012-13-as állapotokat tükröznek. A mi felmérésünkben már az ennél későbbi időszak (2015-16) jellemzői is szerepelnek és célzottan csak exportáló kis- és középvállalatok szerepelnek a mintában. Az elemzésben két csoportképző tényezőt alkalmaztunk. Az egyik a vállalatok export-intenzitása volt, amit korábbi felmérések is alkalmaztak. A másik a vállalat beszállító jellege, korábbi felmérések kizárólag ez ismérv szerint még nem alkalmaztak külön elemzést.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

Kérdőíves felmérésünk eredményei

Annak érdekében, hogy a hazai KKV-k exporttevékenységére ható korlátozó és ösztönző eszközöket megvizsgáljuk, valamint képet kapjunk az export vállalati teljesítményre gyakorolt hatásáról, primer felmérésként kérdőíves felmérést alkalmaztunk. Kérdőíves megkérdezésünk célcsoportja exporttevékenységet folytató kis- és közepes vállalatok voltak. A kérdőív összeállítása során a tanulmány előző fejezeteiben leírt tanulságokat vettük figyelembe, és saját kérdőívet állítottunk össze. A kérdőív első részében a vállalat jellemzőire (alapítás éve, foglalkoztatottak száma, külföldi tulajdon megléte, árbevétel nagysága, exportbevétel aránya a teljes árbevételen belül, beszállító-e vagy sem, TEÁOR) kérdeztünk rá, nyitott, illetve dichotóm kérdések formájában. A kérdőív második részében az alábbi témakörökben vártunk válaszokat többnyire zárt kérdések (ordinális skála) formájában⁶:

- exportösztönző tényezők fontossága;
- exportot korlátozó tényezők szerepe;
- export hatása a vállalaton belül (nyereség, foglalkoztatottság).

A kérdőívek kiküldése, online kitöltése és beérkezése 2016 novembere és 2017 áprilisa között zajlott. A kérdőíveket elektronikus formában küldtük el a vállalatok vezetői számára a megyei kamarák, iparági szövetségek, a Magyar Külgazdasági Szövetség és a Magyar Nemzeti Kereskedőház közvetítésével. A fenti szervezetek révén valószínűsíthetően több, mint ezer vállalkozáshoz jutott el kérdőívünk, melyből 176-ot kaptunk vissza. A válaszadási hajlandóság tehát 10% körüli volt, ami megfelel a nemzetközi felmérések tapasztalatainak. A 176 kitöltés között azonban volt néhány nagyvállalat is, így elemzésünk egy részéből ezeket kivettük, és így **a vizsgált mintánk 148 KKV-t tartalmaz**. Mintánkat nem tekintjük reprezentatívnak, de az elemszám hasonló a fentebb említett felmérésekéhez és megfelelő elemzési alap.

⁶ Az általunk meghatározott válaszok után minden esetben megadtuk a szabad válasz lehetőségét is („egyéb, kérem részletezze”) de ezt a válaszadók nem használták ki. A kérdőívet terjedelmi okok miatt itt nem közöljük, kérésre biztosítjuk.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

A vállalati minta jellemzőit az 1. táblázat mutatja be. A vállalatok tevékenységét illetően 71 százalékuk feldolgozóipari cég, a többi kereskedelmi vagy szolgáltató vállalat. A vállalatok 51%-a jelezte, hogy Magyarországon működő multinacionális cégeknek beszállít. Közülük 46% ugyanannak a multinacionális cégnek külföldre is beszállít. 70% végtermékeket (illetve azt is) exportál és 71% pedig importból és hazai piacról egyaránt beszerzi termékeit.

112 vállalat adta meg exportjának kezdeti évét és ebből 96-nál ez az alapítástól számított három éven belül történt, s ezen belül 39 cégnél pedig rögtön az alapítás évében. Mintánkban tehát 65 százalékosnak mondható a nemzetközi vállalkozások („született globálisok”) aránya. E cégek mintegy negyede 2008 után alakult, közel fele viszont a kilencvenes évek elején-közepén. Tehát úgy tűnik, már abban az időben is számos magyar KKV választotta a gyors nemzetköziesedés formáját.

1. táblázat

A vizsgált minta legfőbb jellemzői

		Válaszadók száma	Teljes minta százalékában
Alapítás éve	2008 előtt	120	80,4
	2009 után	24	15,5
	Hiányzó adat	4	2,7
Külföldi tulajdoni hányad	igen	20	13,5
	nem	127	85,8
	Hiányzó adat	1	0,7
Foglalkoztatottak száma	10 fő alatt	43	31,8
	50 fő alatt	61	38,5
	250 fő alatt	44	29,7
Beszállító-e külföldi vállalatnak	igen	76	51,4
	nem	71	48,0
	Hiányzó adat	1	0,7
Exporttermék típusa	végtermék	93	62,8
	alkatrész	39	26,4
	mindkettő	9	6,1
	Hiányzó adat	7	4,7
Összesen		148	100,0

Forrás: saját számítás

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

Az exportösztönző és korlátozó tényezők, valamint az export vállalati teljesítményre gyakorolt hatásainak elemzéséhez a leíró statisztikán és keresztábra-elemzésen (és a Chi-teszten) túl hipotézisvizsgálatot alkalmaztunk, és azt elemeztük, hogy látható-e e csoportok között szignifikáns különbség: eltérő vagy hasonló módon reagálnak-e az exportlehetőségek bővülésére/szűkülésére⁷?

Az exportot ösztönző és korlátozó tényezők

Vállalataink kétharmada a válság után bővítette kivitelét mind földrajzi, mind termékkör szempontjából. Az összes, mintában szereplő vállalat 60%-a nyilatkozott úgy, hogy az elmúlt 5 évben bővült azon országok száma, ahová exportáltak. Ennek legfőbb oka a külpiaci kilátások kedvező alakulásában keresendő (érvényes válaszadók 67%-a válaszolta ezt), és csak minimális esetben játszott meghatározó szerepet a hazai kereslet visszaesése, az anyavállalat döntése, a termelési lánc átszervezése, valamint a hazai gazdaságpolitikai ösztönző eszközök megjelenése – a válaszadók 2-5%-a jelezte e tényezőket meghatározó tényezőnek.

Új piacszerzést a válaszadók 91%-a, míg új termékkel való megjelenést 83%-uk tervez a következő 2-3 évben, ami a megkérdezett vállalatok pozitív szemléletét tükrözi. Ugyanakkor az exporttevékenység nem minden esetben eredményezett nyereségnövekedést a vállalatnál: a válaszadók egynegyede nem tapasztalt nyereségnövekedést. Ennek ellenére a megkérdezett vállalatok háromnegyede nyilatkozott úgy, hogy külföldre nyereségesebb értékesíteni, mint a hazai piacokra.

A kivitelben szinte mindegyik KKV jelen van az EU piacon, cégeink közül csak kettőnek nincs EU-országba irányuló exportja. A magyar export földrajzi szerkezetéhez

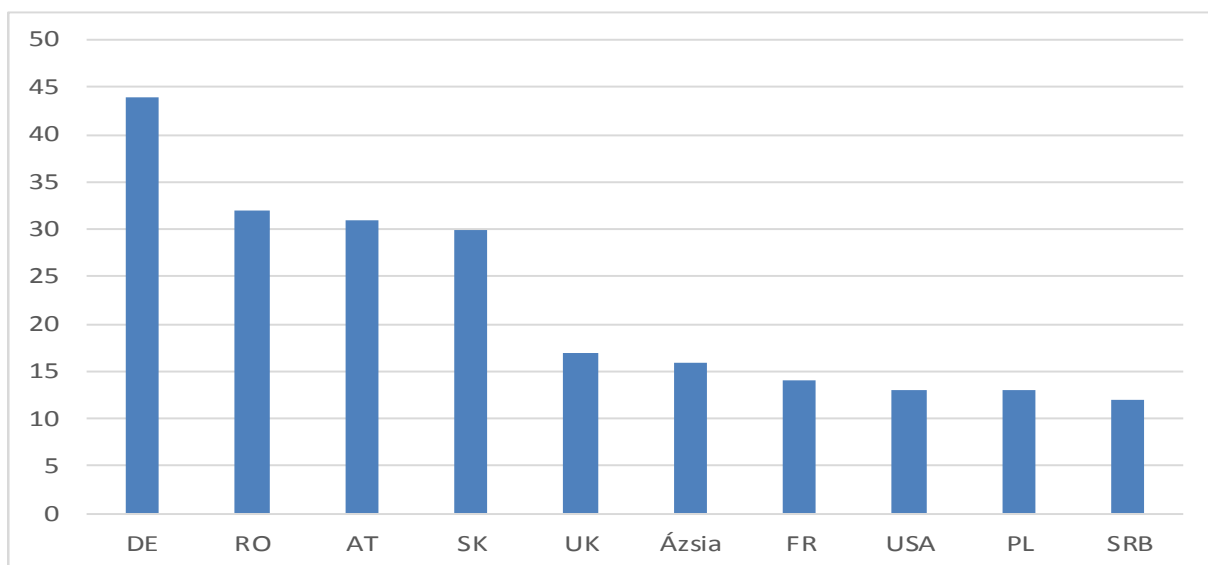
⁷ A statisztikai vizsgálatokhoz SPSS programot használtunk. Mivel a minta a Kolmogorov-Smirnov és a Sapiro-Wilk tesztek szerint nem normális eloszlású (szig. érték 0,000 volt minden esetben), így a hipotézisvizsgálathoz a független mintás t-tesztek helyett nem-parametrikus tesztet használtunk. A Kruskal-Wallis teszt ordinális skálák esetén a mediánt teszteli, és nullhipotézise szerint a vizsgált csoportok mediánjai megegyeznek egymással (azaz nincs szignifikáns különbség a csoportok között). A nullhipotézis elfogadásáról vagy elutasításáról a szignifikancia alapján döntünk: amennyiben annak értéke 0,05 fölött található, a nullhipotézist elfogadjuk, ellenkező esetben elutasítjuk. Az elemzést a beszállítói, valamint az exportinenzitás alapján meghatározott csoportokra vonatkozóan végeztük el.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

hasonlóan a mintánkban is, a legtöbb vállalat (44%) Németországba (is) exportál. Ezután a legnépszerűbb (30%) desztináció három szomszédos ország: Ausztria, Szlovákia és Románia (lásd 1. ábra). Szerbia jóval kevésbé jelentős célpont és 10% alatt marad Csehország, Szlovénia és Horvátország aránya is, hiába határosak hazánkkal. Érdekes, hogy az Egyesült Királyságon és USA-n kívül Ázsiába is a válaszadók kb. 15 százaléka exportál. Az is megfigyelhető, hogy a mintában szereplő KKVk sokszor nemcsak 1-3 piacra exportálnak (56%), hanem ennél többre, akár 8-10 országba is. A sok (köztük távoli) piacra exportáló cégek jelentős részben multinacionális beszállítók, illetve a beszállító cégek 47%-a több mint 3 országba exportál, a nem beszállítóknál ez az arány csak 28%.

1. ábra

A mintában szereplő KKVk exportpiacai (válaszadók százalékában)



Forrás: saját számítás

Kérdőívünkben rákérdeztünk arra is, hogy a cégek mit tartanak a legfontosabbnak a sikeres exporttevékenységhez. A válaszok szerint **a legfontosabb egy külpiaci tényező, nevezetesen a stabil vevő, majd négy vállalatfüggő (belső) tényező következik:**

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

saját menedzsment elkötelezettsége, piacismeret, nyelvtudás, technológiai fejlesztés (lásd a 2. táblázatot).

2. táblázat

Ön szerint mennyire fontosak az alábbi tényezők a sikeres exporthoz?
(az adott csoport érvényes válaszainak százalékában)

Tényező	Nagyon fontos			Fontos			Semleges			Nem fontos		
	Ö	B	NB	Ö	B	NB	Ö	B	NB	Ö	B	NB
Stabil külpiaci vevő	73,6	76,3	70,8	23,6	23,7	23,6	2,7	0	5,6	0	0	0
Saját menedzsment elkötelezettsége	66,7	71,1	62,0	29,3	27,6	31,0	4,1	1,3	7,0	0	0	0
Piacismeret	62,8	64,5	61,1	34,5	32,9	36,1	2,7	2,6	2,8	0	0	0
Nyelvtudás	56,8	60,5	54,2	37,8	36,8	38,9	5,4	2,6	8,3	0	0	0
Technológia folyamatos fejlesztése	49,3	50,0	52,8	41,9	47,4	36,1	8,1	7,9	8,3	0,7	0	1,4
Stabil, kiszámítható hazai környezet	48,3	44,7	46,5	35,4	38,2	32,4	15,0	10,5	19,7	1,4	1,3	1,4
Állami ösztönző-rendszer	24,0	22,7	25,4	32,9	36,0	29,6	36,3	37,3	35,2	6,8	4,0	9,9
Forint leértékelődése	11,7	14,9	8,5	33,1	27,0	39,4	49,0	52,7	45,1	6,2	5,4	7,0

Megjegyzés: Ö=összes, B=beszállítók, NB= nem beszállítók

Forrás: saját számítás

Ezek az eredmények megerősítik a korábban említett felméréseket (Kazai-Pecze [2014], Ábel-Czakó [2013]) melyek szerint a menedzsment hozzáállásának, szaktudásának döntő szerepe van a sikeres exporttevékenységben, nemzetköziesedésben. Az is látható a 2. táblázatból, hogy **az állami ösztönzők és a kedvező árfolyam szerepét, mint külső tényezőket, sokkal kevésbé tartják a cégek lényegesnek**, sőt ezeket a válaszadók fele a „semleges” és „nem fontos” minősítéssel illette.

Válaszadóink szintén **mintegy fele jelezte, hogy Magyarországon működő multinacionális cégeknek (és egy részük ugyanannak a multinacionális cégnek külföldre is) beszállít**. Ennek lehet jelentősége az exporttevékenységben, hiszen e KKV-knak folyamatosan teljesíteniük kell a megrendelői követelményeket, kapcsolati hálójuk,

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

értékesítési ismeretük alakult ki. (Nem kifejezetten a beszállítás, de a vállalati hálózatosodás szerepének jelenőségét részletezi Daszkiewicz [2014], S. Gubik-Bartha [2014] és Chikán és szerzőtársai [2014] felmérése is.) Mintánkat e két csoportra (beszállítók és nem beszállítók) bontva látható a 2. táblázat adataiból, hogy a beszállító KKV-k számára az említett tényezők (stabil külpiaci vevő, menedzsment elkötelezettsége, piacismeret, nyelvtudás) valamennyire fontosabbak, mint a nem beszállítók számára. Azonban statisztikailag szignifikáns különbség nem mutatható ki a beszállítók és nem beszállítók között (a Kruskal-Wallis H teszt szignifikancia értékei 0,3 és 0,9 közöttiek, így a nullhipotézist elfogadjuk). Tehát a KKV-k által fontosnak tartott exportösztönző tényezőket illetően nincs jelentős különbség a között, hogy a KKV beszállító-e vagy sem.

Az exportot *korlátozó* tényezőket illetően beszélhetünk külső és belső korlátokról. Kérdőívünkre adott válaszaik alapján az exportáló kis- és középvállalatok **legerősebb korlátnak a külpiaci kereslet alakulását jelölték meg**. Ez egy külső tényező, és némileg meglepő eredmény, ugyanis tanulmányunk előző fejezetében bemutatott kutatások nagyobb hányada valamilyen belső tényezőt emelt ki exportkorlátozó tényezőként. Ugyanakkor **a külpiaci kereslet alakulása függ a cég termékeinek jellemzőitől is. Ezt vállalaton belüli hiányosságok követik: információ, nyelvtudás és tőke hiánya**. A legkevésbé az árfolyam alakulása és a vevő cég átszervezése okozott problémát. Eredményeink tehát némileg eltérnek az említett korábbi magyar felmérésektől (Mikesy [2013], Szerb és szerzőtársai [2013]), ahol a válság után közvetlenül a finanszírozás hiánya és a magas szállítási költségek bizonyultak domináns korlátnak. Úgy tűnik, hogy több idő elteltével a pénzügyi gondok csökkenhettek, és így felerősödött a vállalaton belüli tényezők szerepe (a külső kereslet meghatározó szerepe mellett). A finanszírozási problémák csökkenésében az állami pénzügyi támogatás alig játszhatott szerepet, mert válaszadóink mindössze 10%-a jelezte, hogy kapott ilyen.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

3. táblázat

Mely tényezők akadályozzák, korlátozzák a sikeres exportot?
(az adott csoport érvényes válaszainak százalékában)

Tényező	Erősen korlátozó			Korlátozó			Semleges			Nem akadály		
	Ö	B	NB	Ö	B	NB	Ö	B	NB	Ö	B	NB
Külpiaci kereslet alakulása	39,9	35,1	44,9	41,3	47,3	34,8	12,6	9,5	15,9	6,3	8,1	4,3
Információhiány	37,9	29,3	47,1	49,7	52,0	42,9	9,7	13,3	8,6	2,8	5,3	1,4
Nyelvtudás hiánya	31,5	28,4	34,8	47,6	48,6	46,4	12,6	13,5	11,6	8,4	9,5	7,2
Tőkehiány	29,2	29,3	29,0	52,8	52,0	53,6	13,2	13,3	13,0	4,9	5,3	4,3
Szakemberhiány	24,3	21,3	26,5	47,6	48,0	47,1	21,0	20,0	22,1	7,7	10,7	4,4
Fejlett technológia hiánya	23,8	18,9	30,0	50,0	52,7	47,1	19,4	20,3	18,6	6,3	8,1	4,3
Adminisztratív, bürokratikus szabályozások a célpiacon	21,7	24,3	18,8	44,1	44,6	43,5	27,3	21,6	33,3	7,0	9,5	4,3
Vevő cégnél átszervezés	11,3	17,8	4,3	44,4	39,7	49,3	34,5	31,5	37,7	9,9	11,0	8,7
Árfolyam alakulása	11,2	12,3	10,0	40,6	41,1	40,0	41,3	39,7	42,9	7,0	6,8	7,1

Megjegyzés: Ö=összes, B=beszállítók, NB= nem beszállítók

Forrás: saját számítás

Az exportkorlátozó tényezőket tekintve némi eltérés mutatkozik a beszállító és nem beszállító KKV-k között. **Azok a vállalatok, amelyek multinacionális cégeknek szállítanak be, kisebb problémaként érzékelik a külpiaci kereslet alakulását és az információ, valamint a nyelvtudás hiányát, mint a beszállítók. Ugyanakkor, érthetően, sokkal nagyobb gond számukra az átszervezés a vevő cégnél.** A fejlett technológia hiánya azon cégek számára exportkorlátozó, akik nem multinacionális kapcsolatban, hálózatban értékesítenek. Ezzel együtt, statisztikailag szignifikáns különbség a beszállítók és nem beszállítók között általában nem mutatható ki. (A Kruskal-Wallis H teszt értékei általában 0,1-0,8 között vannak). Egy helyen látszódik szignifikáns eltérés (0,017 érték), mégpedig az információhiány vonatkozásában.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

Az exportálás hatása a cégekre

A már említett, korábbi magyar kérdőíves felmérések az exportsiker tényezőire, illetve a kivitel korlátaira fókuszáltak, de az export *hatásait* vizsgáló tanulmányok általában vállalati adatbázisokon alapuló ökonometriai elemzések, és alig található felmérés, ami kizárólag kis-és közepes vállalatokra koncentrál. Ilyen Szerb és társai [2013] felmérése, ahol a jelentős exportőrök árbevétele és üzemi eredménye nagyobb, mint a kevésbé, vagy nem exportáló cégeké. Nézzük, a mi felmérésünkben az export milyen hatásaira mutattak rá a magyar KKV-k. Mintánkat két részre osztottuk a Szerb és társai [2013] által is alkalmazott export-intenzitás alapú csoportbontás szerint. Így kialakultak jelentős (86 cég) és az alacsony (62 cég) exporttal rendelkező csoportok. Az alacsony exportőröknél az export/árbevétel arány 25% alatt van, a jelentős exportőröknél pedig 25%, vagy felette.

Mintánkban a jelentős exportőr csoport átlagos árbevétele 1,7-szer nagyobb, mint az alacsony exportőr csoporté. Kérdőívünkben szerepelt egy kérdés arra vonatkozóan, hogy hová nyereségesebb értékesíteni: külföldre vagy belföldre. A jelentős exportőrök 77,8%-a és az alacsony exportőrök 61,7%-a szerint külföldre. Amennyiben a két csoportot a vállalatméret szerint is bontjuk (4. táblázat), akkor kitűnik, hogy az alacsony exportőrök 77%-a mikro- és kisvállalat, míg a jelentős exportőrök esetén ez 65%. A méreten belüli megoszlásokat vizsgálva azt tapasztaljuk, hogy a mikrovállalkozások és a kisvállalatok mintegy 46%-a alacsony exportőr, míg a közepes vállalatok 68%-a jelentős exportőr vállalatnak minősül. A Chi-teszt is rámutat arra, hogy a vállalatméret és exportintenzitás között nincs szignifikáns kapcsolat (szig. érték 0,271). A mi KKV mintánkon tehát nem lehet egyértelműen igazolni az „önkiválasztódás” elméletet (az exportáló cégek nagyobbak, termelékenyebbek). Ennek oka lehet az, hogy ezt az elméletet igazoló tanulmányok adatbázisai tartalmazzák a nagy volumenben exportáló multinacionális nagyvállalatokat.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

4. táblázat

A vállalatméret és az export-intenzitás összefüggése a mintában

Méret		Jelentős export	Alacsony export	Összesen
Mikro-vállalkozás	Darabszám	23	20	43
	% méreten belül	53,5%	46,5%	100,0%
	% exportintenzitáson belül	26,7%	32,3%	29,1
Kisvállalat	Darabszám	33	28	61
	% méreten belül	54,1%	45,9%	100,0%
	% exportintenzitáson belül	38,4%	45,2%	41,2
Közepes vállalat	Darabszám	30	14	44
	% méreten belül	68,2%	31,8%	100,0%
	% exportintenzitáson belül	34,9%	22,6%	29,7
Összesen	Darabszám	86	62	148
	% méreten belül	58,1%	41,9%	100,0%

Forrás: saját számítás

A vállalati vélemények megerősítik, hogy az export hatására tanulási folyamat megy végbe. **A válaszadók majdnem 90%-a jelezte, hogy bővültek ismereteik a külpiacokról, tehát a kivitel fontos információforrás (5. táblázat). A többségnél javult a termékek minősége és új gyártási technológiát vezettek be.** A vállalat nyereségessége a cégek háromnegyedénél javult az export következtében. A humántőkét is érintette az export, a cégek felénél nőtt a foglalkoztatás és kb. 40 százalékuknál átalakult a menedzsment.

5. táblázat

Az exporttevékenység hatására kialakult változások a vállalatnál (az adott csoport érvényes válaszainak százalékában)

	Ö	B	NB	A	J
Bővültek ismereteik a külpiacokról	89,1	90,5	88,4	80,0	96,4
Nőtt a vállalat nyeresége	73,4	76,3	70,1	71,7	74,7
Javult a termékek minősége	60,4	61,8	58,8	43,3	72,6
Új gyártási technológiát vezettek be	53,5	52,0	55,1	33,3	67,9
Nőtt a foglalkoztatottak száma	49,7	52,0	47,1	33,3	61,4
Átalakult a vállalat menedzsmentje	39,7	35,5	44,3	26,2	49,4

Megjegyzés: az érvényes válaszok százalékában, A-J az export-intenzitás szerinti csoportok (Alacsony, Jelentős)

Forrás: saját számítás

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

A beszállító és a nem beszállító vállalatok között lényeges különbségek nem mutathatók ki, de a beszállítók nyereségessége kissé jobban javult és a foglalkoztatásuk is enyhén jobban bővült, mint a nem beszállítóké. A Chi-teszt alapján azonban továbbra sem állíthatjuk azt, hogy az export hatásai és a beszállítói lét között lenne statisztikailag kimutatható kapcsolat.

A táblázatból látszik, hogy az export hatására mind a jelentős, mind az alacsony exportőröknél határozottan bővültek a külpiaci ismeretek és javult a nyereség. **A termék minőségének javulása, új technológiák bevezetése, foglalkoztatottság bővülés és vállalati átalakulás viszont sokkal inkább a jelentős exportőrökre volt jellemző, ők jobban „érezték” az exportálás pozitív hatásait.** A Chi-teszt kimutatta, hogy szignifikáns kapcsolat mutatható ki a javuló termékminőség, a külpiaci ismeretek növekedése, új gyártási technológiák bevezetése, vállalat szervezése, a foglalkoztatottak számában bővülése, valamint az exportintenzitás csoportjai között (a jelentős exportőr vállalatok javára).

Saját humán erőforrások és állami segítség

A vállalatoknak lehetőségük van ügynökök igénybe vételére is exportjukhoz. Felmérésünkben **a válaszadó cégek 68%-ánál azonban saját alkalmazottak exportálnak** (nem ügynökök). A nagyvállalatok sokszor szakosodott külkereskedőket alkalmaznak, de a KKVk ezt kisebb arányban engedhetik meg maguknak. Itt **a cégek 81%-ánál az exporttal foglalkozók nem szakképzett külkereskedők** (hanem pl. menedzserek, mérnökök). Megfigyelhető egyébként, hogy minél erősebb az exporttevékenység a vállalatnál, annál inkább alkalmaznak szakképzett kereskedőt, a jelentős export-intenzitású cégek (export az árbevétel 75%-a felett) 36 százalékánál szakosodott alkalmazottak bonyolítják a kivitelt, míg az alacsony export-intenzitásúaknál (10% alatti export/árbevétel) ez az arány mindössze 8%. A beszállító-nem beszállító csoportok között nincs jelentős különbség az összmintához képest az ügynök-kereskedő alkalmazás tekintetében.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

Az állami exportösztönzésnek széleskörű szakirodalma van. Ezek az empirikus vizsgálatok, kérdőíves felmérések kapcsolatot keresnek az export növekedése és az exporttámogató intézkedések között. A szűkebb értelemben vett exportösztönzők⁸ elsősorban a kis- és középvállalatokat célozzák. A kormányok ösztönözhetik a kivitel „puha” eszközökkel (gazdaságdiplomácia és az exportösztönző programok, részletesen lásd például: Van Biesebroeck et al., 2016) és „keményebben”, közvetlen pénzügyi támogatással, finanszírozással, garanciavállalással.

Az eszközök hatásosságáról folytatott kutatások eredményei vegyesek. Egyesek szerint van pozitív kapcsolat a „puha” ösztönzők és a kivitel között (Rose [2007], Nitsch [2005]), bár a korreláció mértéke különbözik exportőrönként és az első külföldi képviselőknek erősebb a szerepük, mint a később megjelenőknek. Mások (lásd például Head és Ries [2010], Moons és van Bergeijk [2013]) úgy vélik, hogy a gazdaságdiplomácia exportra gyakorolt hatása nem egyértelmű. Az exportösztönző intézmények hatása és hasznossága ugyancsak vitatott. Néhány esetben megállapítható pozitív szerepük, más esetekben azonban hatásuk nem jelentős (lásd Durmuşoğlu és társai [2012] irodalom áttekintését).

A „kemény” exportfinanszírozó eszközök a kivitel pénzügyi biztosítását szolgálják. Az export komplex feladat a vállalatoknak, számos kockázattal kell szembenéznük (politikai, gazdasági, árfolyam-, nemfizetési kockázat, részletesen lásd: például Malaket [2014]). Az állami segítség minden ilyen esetben nagyon fontos, különösen a kis- és középvállalatoknak. A magánkézben lévő exporthitel-biztosító intézmények nem mindig akarják, illetve képesek ezeket a kockázatokat kezelni. Ezért a kormányok exportot finanszírozó és garanciát vállaló állami tulajdonban lévő intézményeket alapítanak, hogy csökkentsék a kivitel kockázatait és javítsák a finanszírozási feltételeket. Eddig viszonylag kevés tanulmány született az állami exporthitel és garancia intézmények hatékonyságáról, de az utóbbi időben mind az elméleti, mind az empirikus vizsgálatok alapján szaporodnak a bizonyítékok exportra gyakorolt pozitív hatásokról.

⁸ A tágabb értelemben vett ösztönzés az általános üzleti környezetre (pl. adózás, jogbiztonság) vonatkozik, bővebben lásd Antalóczy-Éltető, 2016.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

A kérdőíves felmérésünkben szereplő magyar **KKV-k 56%-a jelezte, hogy nem használt semmiféle állami segítséget. Ennek okaként legtöbbször a következő tényezőket említették: nem volt információjuk, nagy a bürokrácia, nehézkes, nem volt számukra megfelelő segítség, inkább saját lábukon akarnak állni.** Azon vállalatok, akik éltek valamilyen állami ösztönzővel, leginkább szervezett vásárokon, üzleti találkozókra vettek részt (45%), 35 százalékuk vett igénybe információs szolgáltatásokat és 26% kapott pénzügyi segítséget. Ne felejtsük el, hogy az exportot segítő tényezők között a vállalatok csak utolsónak jelölték a fontossági sorrendben az állami ösztönzést (2. táblázat), tehát nem ettől sikeresek az exportőrök.

Következtetések

A statisztikai adatok szerint a magyar (és más visegrádi országok) vállalatainak exportját a nagyvállalatok határozzák meg. A nagyvállalatokhoz ugyanakkor sok esetben a kis- és középvállalatok is kapcsolódnak, mint beszállítók, felmérésünkben ezért ezt a tényezőt külön vizsgáltuk. A kérdőívünkre adott válaszokból egy 148 elemű, kizárólag exportáló KKV-kból álló mintát elemeztünk.

Elemzésünkben egyrészt arra fókuszáltunk, hogy milyen tényezőket tartanak fontosnak a hazai KKV-k a sikeres exporthoz. Itt a stabil partner, vevő megléte és vállalaton belüli tényezők töltenek be vezető szerepet, hasonlóan a korábbi kutatások eredményeihez. A többi visegrádi ország tapasztalatainak megfelelően a vállalatvezetés stratégiája, menedzseri hozzáállás a magyar KKV-k számára is döntő a sikeres exporttevékenység megvalósításában.

Másrészt azt is elemeztük, hogy a cégek milyen akadályokat vélnek lényegesnek az export előtt. Leginkább a külpiaci kereslet csökkenésétől tartanak e téren a vállalatok, s ezen kívül az elegendő információ és nyelvtudás hiánya jelent korlátozó tényezőt. Azon KKV-k számára, akik nem szállítanak be multinacionális cégeknek, nem rendelkeznek tehát valamiféle „stabil értékesítési pályával” szignifikánsan sokkal fontosabb korlát az információ hiány, mint a beszállítóknak. Ezen a tényezőn kívül nem találtunk szignifikáns különbséget a beszállító és nem beszállító csoport között. Az

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

exportkorlátozó tényezők tekintetében a mi felmérésünk kissé eltér a többi visegrádi ország felméréseinek eredményeitől és a korábbi magyar elemzésektől is abban a tekintetben, hogy válaszadóink a pénzügyi, finanszírozási problémákat, magas költségeket kevésbé jelölték fontosnak.

Az exporttevékenység és a vállalat jellemzőinek vizsgálatánál nemcsak a beszállítás hatását vizsgáltuk, hanem az export intenzitását is. Az exportálók és nem exportálók közötti különbséget vizsgáló szakirodalom két szempontot hangsúlyoz: az önkiválasztódás és a tanulás elvét. Az első esetben eleve azok a vállalatok exportálnak, amelyek nagyobbak, tőkeerősebbek, termelékenyebbek. A nemzetközi és korábbi hazai tapasztalatokhoz hasonlóan a jelentős exportőrök a mintánkban is valamivel nagyobbak (bár nem szignifikánsan) és árbevételük magasabb, mint a kevésbé exportálóké. A tanulás elve alapján az exporttevékenység vállalatra gyakorolt hatását is körüljártuk. Úgy találtuk, hogy több tényező esetén (javuló termékminőség, újabb technológia, több foglalkoztatott, átalakuló menedzsment) a jelentős exportőrök erősebb hatásokat jeleztek, mint az alacsony exportőrök.

Az állami ösztönzőket, segítségnyújtást csak válaszadóink mintegy fele vette igénybe egyáltalán, s ők is leginkább az információ szolgáltatást, üzleti találkozót. Összességében felmérésünk alapján elmondható, hogy a vállalatvezetés hozzáállása döntő a sikeres exportban, a finanszírozási gondok csökkentek a korábbi évekhez képest, és a jelentős export hatása több tekintetben pozitív a magyar kis- és középvállalatokra.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

Hivatkozások

- Ábel István – Czakó Erzsébet. [2013] (szerk.): Az exportsiker nyomában. Alinea Kiadó, Budapest.
- Antalóczy Katalin – Éltető Andrea [2016]: Post-crisis foreign trade trends and policies on the periphery of the European Union – comparison of the Iberian, Baltic and Central European region. Centre for Economic and Regional Studies HAS Institute of World Economics, Working Paper, No. 224. http://www.vki.hu/news/news_1014.html
- Békés Gábor – Halpern László – Muraközy Balázs [2013]: Külkereskedelem és a vállalatok közötti különbségek. *Közgazdasági Szemle*, 60. évf. 1. sz. pp. 1-24.
- Chikán Attila, Czakó Erzsébet, Wimmer Ágnes, Antal Zsuzsanna, Bakonyi Zoltán, Balaton Károly, Demeter Krisztina, Felsmann Balázs, Gelei Andrea, Gyulavári Tamás, Juhász Péter, Kazainé Ónodi Annamária, Kiss János, Kolos Krisztina, Matyusz Zsolt, Vaszkun Balázs, Zoltayné Paprika Zita [2014]: *Kilábalás göröngyös talajon - Gyorsjelentés a 2013. évi kérdőíves felmérés eredményeiről*. Műhelytanulmány. Vállalatgazdaságtan Intézet, Budapest.
- Danik, L. - Kowalik, I. [2015]: Success factors and development barriers perceived by the Polish born global companies. Empirical study results. *Journal of East European Management Studies*, 20, 3, pp. 360-390.
- Daszkiewicz, N. [2014]. Internationalisation of Firms through Networks - Empirical Evidence from Poland (chapter 4). In: Gubik, A.S. & Wach, K. (eds), *International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries*. Miskolc: University of Miskolc, pp. 57-68.
- Durmuşoğlu, S. – Apfelhalter, G. – Nayir, D. Z. – Alvarez, R. – Mughan, T. [2012]: The Effect of Government-Designed Export Promotion Service Use on Small and Medium-Sized Enterprise Goal Achievement: A Multidimensional View of Export Performance'. *Industrial Marketing Management*, 41., pp. 680–691.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

- Gubik Andrea, S. [2014]: A magyar vállalatok nemzetközi megjelenésének mozgatórugói. *Külgazdaság*, Vol. 58, No.11-12, pp. 76-96.
- Gubik Andrea, S. - Bartha Zoltán [2014]: SME Internalisation Index (SMINI) Based on the Sample of the Visegrad Countries (chapter 2). In: Gubik, A.S. & Wach, K. (eds), *International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries*. Miskolc: University of Miskolc, pp. 23-40.
- Head, K. – Ries, J. [2010]: Do Trade Missions Increase Trade? *Canadian Journal of Economics*, Vol. 43., No. 3, pp. 754–775.
- Kazainé Ónodi Annamária – Pecze Krisztina [2014]: Behind the Exporters' Success: Analysis of Successful Hungarian Exporter Companies from a Strategic Perspective. *Managing Global Transitions* 12, 4, pp. 325–346.
- Kazainé Ónodi Annamária [2016]: Exportáló vállalataink sokszínűsége. *Vezetéstudomány*, Vol. 47, No. 8, pp. 50-67.
- Malaket, A. R. [2014]: *Financing Trade and International Supply Chains*. Gower, England, Ashgate, USA. p. 291.
- Mikesy Álmos [2013]: A magyarországi mikro-, kis- és középvállalatok nemzetköziesedése és a külföldi értékesítést nehezítő akadályok. Egy vállalati felmérés tanulságai. In: *Külgazdaság*, 57. évfolyam, 1-2, pp. 92-120.
- Moons, S. J. V. – Van Bergeijk, P. A. G. [2013]: *Economic Diplomacy Works: A Meta-Analysis of its Effect on International Economic Flows*. Prepared for MAER Colloquium. Erasmus University, Institute of Social Studies, The Hague, p. 28.
- Nitsch, V. [2005]: *State Visits and International Trade*. CESifo Working Paper, No. 1582.
- Rose, A. K. [2007]: *The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion*. *The World Economy*, Blackwell Publishing, Vol. 30, No. 1, pp. 22–38.
- Szerb László - Márkus Gábor - Csapi Vivien [2013]: Kifizetődő-e a magyar kisvállalatok számára a nemzetköziesedés? Előadás a Közgazdász vándorgyűlésen. ppt.

*Éltető Andrea, Udvari Beáta / A magyar kis- és középvállalatok exportjának jellemzői:
korlátok és ösztönző tényezők*

- van Biesebroeck, J. – Konings, J. – Volpe Martincus, C. [2016]: Did Export Promotion Help Firms Weather the Crisis? *Economic Policy*, Vol. 31, Issue 88, 2016, pp. 653–702.
- Vovkanyh, I. [2013]: Is there evidence of learning from exporting in different manufacturing industries? Thesis submitted to Central European University Dept. of Economics. http://www.etd.ceu.hu/2013/vovkanyh_ivan.pdf