



A magyar kis- és középvállalkozások internethasználata

Az MKIK Gazdaság- és Vállalkozáskutató Intézet (GVI) a 2017. januári KKV Körkép című felmérés keretében a hazai kis- és középvállalkozások internethasználattal kapcsolatos gyakorlatát vizsgálta. A felmérés során 300 legalább húsz főt foglalkoztató hazai kis- és középvállalkozást kérdeztünk meg arról, hogy működésük során hogyan használják az internetet. A legáltalánosabb felhasználási módok (ügyfelekkel történő kapcsolattartás, saját honlap, ügyintézés) mellett a hazai kis- és középvállalkozások többsége az internetet elsősorban tájékozódásra használja tevékenysége során. Bizonyos cégtípusok, így a több foglalkoztatottal rendelkezők, a részben vagy egészben külföldi tulajdonban lévők valamint a kereskedelemben és a feldolgozóiparban működők körében elterjedtebb az internet használata. Saját honlapot a kis- és középvállalkozások 84 százaléka üzemeltet, többségük esetében az üzemeltetést szakember végzi. Az internethasználat fontosságát jól mutatja, hogy a cégek közel 90 százaléka úgy érzi, súlyos gondot jelentene a cég működésében, ha egy hétig nem működne az internet. Ugyanakkor a cégek többsége árbevétele kevesebb, mint 1 százalékát fordítja számítástechnikai és távközlési eszközök beszerzésére és üzemeltetésére.

Az internethasználat egyes módjai a magyar kkv-k körében

A Gazdaság- és Vállalkozáskutató Intézet (GVI) 2017. januári KKV Körkép felvételének keretében hazai kis- és középvállalkozásokat kérdezett meg arról, hogy tevékenységük során milyen módon használják az internetet, üzemeltetnek-e saját honlapot, illetve mennyire tartják fontosnak az internetet a cég tevékenysége szempontjából. Az alábbiakban a felmérésben részt vett 300, legalább húsz munkavállalóval rendelkező kis- és középvállalkozás válaszai alapján kapott eredményeket foglaljuk össze.

A megkérdezett vállalkozások mindegyike használja valamilyen formában az internetet

működése során, a legáltalánosabb felhasználási módok közé pedig az ügyfelekkel történő kapcsolattartás, a saját honlap üzemeltetése és az ügyintézés tartozik. A válaszadók több, mint fele az interneten tájékozódik a piaci folyamatokról és az új jogszabályokról, valamint itt keres üzleti partnereket és szállítókat. A kis- és középvállalkozások körülbelül 40 százaléka használja az internetet új munkatársak toborzására, üzleti tanácsok keresésére, a konkurencia árainak és üzleti magatartásának figyelésére. A termékek és szolgáltatások reklámozása vagy árusítása, valamint a közösségi média használata a kevésbé elterjedt felhasználási módok közé tartozik (lásd az 1. ábrát).

1. ábra: Az internethasználat egyes módjai a kis- és középvállalkozások körében, 2017. január, százalék



Eredményeinket összehasonlíthatjuk a GVI 2010 októberében végzett hasonló felmérésének eredményével. 2010-ben és 2017-ben a megkérdezett cégek ugyanakkora aránya (84%-a) üzemeltet saját honlapot. Emellett azt láthatjuk, hogy a hazai kkv-k körében az elmúlt nyolc év alatt alapvetően változhatott az, hogy a cégek mire használják az internetet. Több területen visszaszorult az internethasználat, amit talán az magyaráz, hogy az első felmérés idejében még olyan várakozások éltek a cégeknél az internethasználat hasznosságáról, amelyek később nem teljesültek. Kevesebb cégnél használják az online értékesítést, a versenytársak árainak interneten keresztüli megfigyelését, az üzleti partnerek interneten keresztüli figyelését, mint nyolc évvel ezelőtt.

Ezzel szemben 2010-hez képest nőtt az új munkatársak toborzásánál, kiválasztásánál az internetet is felhasználó cégek aránya.

Emellett a részben vagy tisztán külföldi tulajdonban lévő cégek nagyobb arányban használják az internetet működésük során, mint a hazai vállalkozások. Különösen nagy különbség figyelhető meg a tájékozódáshoz kapcsolódó felhasználási módok esetében, így például a piaci folyamatokról és jogszabályokról való tájékozódás, a beszállítók és üzleti partnerek keresése, az általános tanácsok keresése, vagy az új munkatársak keresése esetében.

A kereskedelemben és a feldolgozóiparban működő cégek összességében nagyobb arányban használják az internetet, mint az

építőiparban vagy az egyéb szolgáltatások területén működő vállalkozások. Az üzleti partnerek interneten történő keresését, a konkurencia magatartásának megfigyelését, vagy a termékek internetes reklámozását és árusítását a kereskedelem területén működő kis- és középvállalkozások alkalmazzák a legnagyobb arányban, míg az új munkatársak interneten történő toborzása vagy a piaci folyamatokról, jogszabályokról való tájékozódás a feldolgozóipari cégekre jellemzőbb.

Honlapüzemeltetés és a számítástechnikai eszközökre fordított költségek

A hazai kkv-k 84 százaléka rendelkezik saját honlappal, és a többi felhasználási módhoz hasonlóan a honlap-üzemeltetés is a nagyobb cégekre jellemző: míg a 100 és 249 fő közötti cégek 89 százaléka, az 50 és 99 fő közötti cégek 91 százaléka rendelkezik honlappal, ez az arány a 20-49 fő közötti kisvállalkozásoknál mindössze 74 százalék. A honlappal rendelkező vállalkozások többsége esetében –

81 százaléknál – a működtetést informatikai szakember végzi. A saját honlappal nem rendelkező vállalkozások többsége (75 százaléka) úgy véli, hogy tevékenysége szempontjából nem fontos a honlap fenntartása. A fenntartás költségességét és a technikai tudás esetleges hiányát a honlappal nem rendelkező cégek nem említették okként.

Az internethasználat elterjedtségének megfelelően a válaszadók közel 90 százaléka úgy érzi, súlyos gondot jelentene cége működésében, ha egy hétre leállna az internet. Az internethasználat fontossága ellenére azonban a megkérdezett cégek többsége (52 százaléka) árbevétele kevesebb, mint 1 százalékát fordítja számítástechnikai és távközlési eszközök vételére és üzemeltetésére.

Az eurózóna növekedési kilátásai – elméleti megfontolások

Az alábbi írásban az Európai Bizottság eurózónáról szóló, 2017 első negyedévére vonatkozó jelentését¹ foglaljuk össze, melynek célja a válság utáni helyreállást, helyreállítást elősegítő tényezők ismertetése. Három elkülönülő témát tárgyalunk: a nemteljesítő hitelek alakulását Európában, az immateriális javakba való befektetések szerepét a gazdasági növekedésben és a külkereskedelem kapcsolatát a gazdasági növekedéssel.

Nemteljesítő hitelek

A nemzeti össztermék hosszú távon is fenntartható növekedésének egyik okozója lehet a beruházások szintjének emelkedése. A beruházások létrejöttéhez nélkülözhetetlen a banki hitelezés elérhetősége, melyet két fő ok miatt korlátoz a nemteljesítő hitelek magas aránya. Egyrészt, egy bank kisebb kockázati kitettséget tud csak vállalni, ha a nemteljesítő hitelek kockázatát már viselnie kell, így kevesebb hitelt nyújt. Másrészt a vállalatok is érzékelik a banki szektorban jelenlévő kockázatokat, ami csökkenti a beruházási kedvet. A tanulság tehát: a válságból történő kilábaláshoz szükséges a bankok nemteljesítő hitelállományának csökkentése, melynek folyamán a beruházások további fellendülését lehetne elérni. Az EU tagországok közötti összehasonlítás is arra a következtetésre jut, hogy azon országokban, ahol sikerült alacsonyan tartani a nemteljesítő hitelek arányát, nagyobb gazdasági növekedést figyelhettünk meg a válság utáni helyreállítás során. A szerzők fontosnak tartják az állam szerepét a nemfizető hitelek állományának csökkentésében, mely szerepnek meg kell jelennie az állam által meghatározott törvényi és szabályozói keretekben (a nemteljesítő hitelek

adóscsoportok szerinti összetételét az 1. ábra mutatja).

A magyar helyzetre kitekintve elmondható, hogy a magyar banki szektorban – állami segítséggel – nagy mértékben csökkent a nemfizető hitelek állománya, azonban a lakosság jelzáloghitel-tartozása továbbra is komoly kihívást jelent².

Beruházás immateriális eszközökbe

Az előző részben egy, a beruházásokat visszafogó folyamatról volt szó – a nemteljesítő hitelek képesek visszafogni a gazdasági növekedést. A beruházások kapcsán felmerülhet továbbá, hogy a különböző típusú beruházásokat milyen eltérő ismérvekkel tudjuk jellemezni.

A jelentés szerzői szerint a fejlett gazdaságokban a hosszú távú, fenntartható növekedés elérésében fontos szerepet játszanak az immateriális eszközök, és az azokba történő befektetések (például: új számítógépes programok beszerzése, tanácsadás igénybevétele, kutatás és fejlesztés, továbbképzés). Érdekes körülmény, hogy milyen jellemzői vannak az immateriális eszközök piacainak, ugyanis a szokásosnál

¹ <http://bit.ly/2oKH9us>

² <http://bit.ly/2oGMQMF>

nagyobb mértékben lehet szükség állami, szabályozói beavatkozásra.

A kiemelt figyelem oka, hogy számos piaci kudarcot azonosíthatunk az immateriális eszközök piacain.

- Kockázatos befektetés: a megvásárolt immateriális eszköz általában nem tud a vállalkozás fedezeteként szolgálni, a hagyományos eszközökkel szemben.
- Sok immateriális eszköz között áll fenn kiegészítő viszony: ha az egyik beszerzése akadályba ütközik, a kiegészítőibe sem ruháznak be (például egy új technológia és a használatát megtanító képzés esetén gondolhatunk kiegészítő viszonyra). Fontos, hogy ezek a helyzetek felismerésre kerüljenek, akár az állam, akár például egy szakszervezet által.
- Az immateriális javak termelése (például egy új gyógyszer összetevőinek kidolgozása) komoly bizonytalanságot hordoz magában.

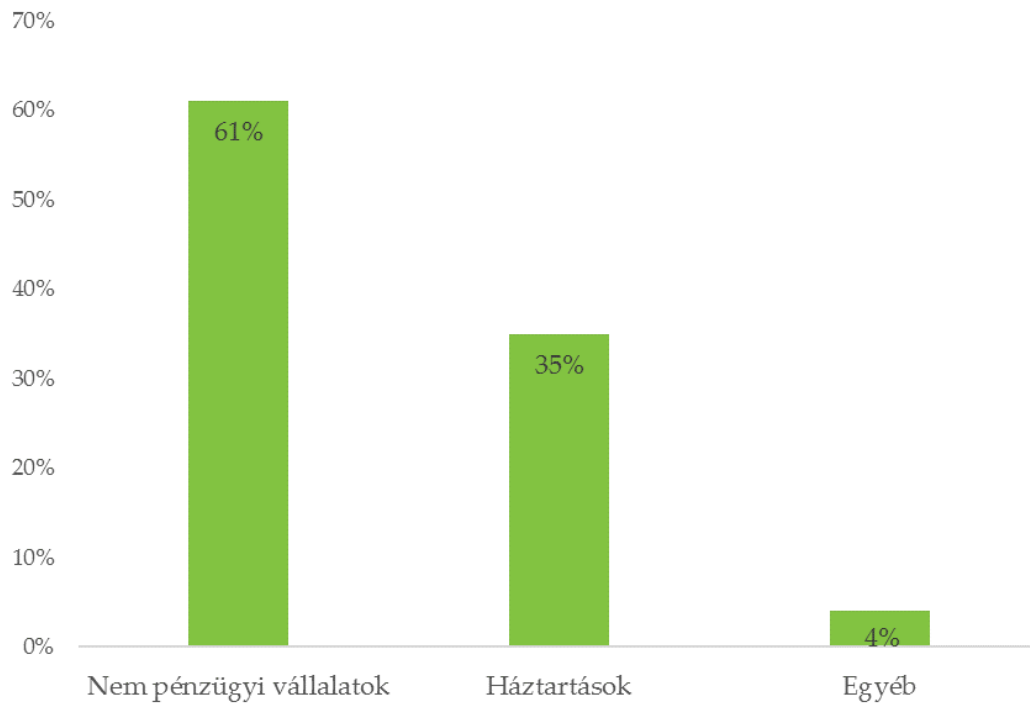
Az írás fő üzenete tehát, hogy az immateriális eszközökbe való beruházás alapvető fontosságú a gazdasági növekedéshez, és

hogy ezen eszközök piacainak megfelelő működéséhez nem mindig elegendő a hagyományos beruházásokra vonatkozó szabályozás.

A nemzetközi versenyképesség árjellegű és nem árjellegű meghatározói

Végül egy az európai országok külkereskedelmére építő eredményt ismertető jelentés a hosszútávú növekedést meghatározó tényezők kapcsán. Az államok között folyó verseny elméleti modelljében azok jutnak versenyelőnyhöz, akik hatékonyabban, alacsonyabb költséggel képesek termelni. Ezt a versenyelőnyt kívánják megvizsgálni az eurozóna országai között. Empirikus kutatásukban azt találják, hogy ennél jóval bonyolultabb képet mutat az európai nemzetközi kereskedelem. Kifinomult módszertanukkal, melyet nem érdemes ezen összefoglalóban hosszan tárgyalni, arra jutnak, hogy az európai országok külkereskedelmében a termékek minősége a versenyképességet meghatározó másik fő faktor a termelés költséghatékonysága mellett.

1. ábra: A nemteljesítő hitelek állományának összetétele (EU összesített adatok, 2015)



Forrás: Európai Bizottság

Nemzetközi tendenciák

A termelési, fogyasztási és foglalkoztatási helyzet alakulása egyes, nemzetközileg fontos gazdaságokban, összehasonlítva a szakértői várakozásokkal és a megelőző időszakokkal

		Vonatkozási időszak	Tényadat	Várakozások	Előző időszak
	Munkanélküliségi ráta	(Már)	5,8%	5,9%	5,9%
Németország	Feldolgozóipari beszerzési menedzserindex	(Már)	58,3	58,3	58,3
	IFO üzleti bizalmi index ¹	(Már)	112,3	111,1	111,1
Franciaország	INSEE üzleti bizalmi index ²	(Már)	104		104
	Munkanélküliségi ráta	(Már)	4,5%	4,7%	4,7%
USA	CB fogyasztói bizalmi index	(Már)	125,6	114,0	116,1
	Feldolgozóipari beszerzési menedzserindex	(Már)	53,3	53,5	53,4
Kína	Feldolgozóipari beszerzési menedzserindex	(Már)	51,8	51,6	51,6

¹ <https://www.cesifo-group.de/ifoHome/facts/Survey-Results/Business-Climate/>

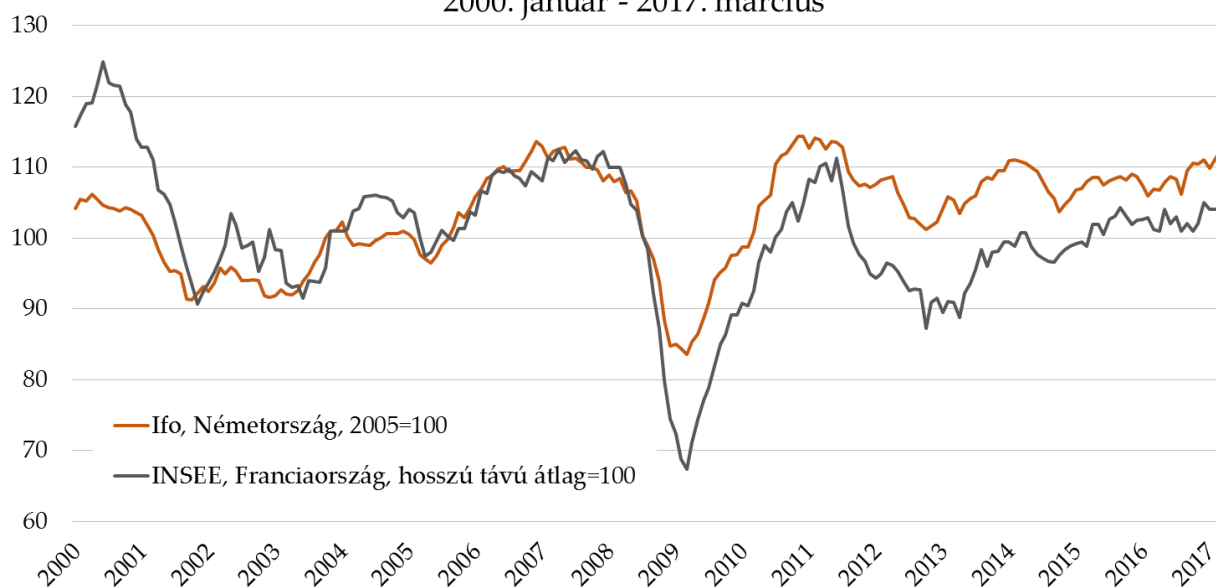
² <http://www.insee.fr/en/themes/indicateur.asp?id=105>

A többi adat forrása: <http://worldeconomiccalendar.com>

A német gazdaság helyzete az előző havi stagnálás után márciusban javult. A munkanélküliek aránya csökkent az előző hónaphoz képest, a feldolgozóipari beszerzési menedzserindex (PMI) értéke pedig nem változott. Az IFO üzleti bizalmi indexe a várakozásoknál nagyobb mértékben nőtt. A franciaországi INSEE üzleti bizalmi indexe továbbra is az előző hónapokban mért szinten stagnál. Az Egyesült Államokban a munkanélküliek aránya kis mértékben csökkent, a CB fogyasztói bizalmi index pedig a várakozásoknál jelentősen nagyobb mértékben nőtt. A feldolgozóipari beszerzési menedzserindex értéke azonban az előző hónaphoz hasonlóan kis mértékben csökkent márciusban. A kínai beszerzési menedzserindex folytatta az előző hónapokban tapasztalt növekedést.

Üzleti bizalmi indexek alakulása hosszú távon

Az üzleti bizalom megítélése Németországban és Franciaországban, az Ifo és az INSEE vállalati konjunktúra-felmérései alapján,
2000. január - 2017. március



Forrás: www.cesifo.de, www.insee.fr

Kapcsolat

Cím: MKIK GVI

1034 Budapest, Bécsi út 120.

Tel: 235-05-84

Fax: 235-07-13

e-mail: gvi@gvi.hu

Internet: <http://www.gvi.hu>

Készítette:

Makó Ágnes, vezető kutató, MKIK GVI

Nábelek Fruzsina, elemző, MKIK GVI

Börcsök Tamás, gyakornok, MKIK GVI

Kompaktor Emília

Kutatásvezető:

Tóth István János, tudományos főmunkatárs, MTA KRTK KTI,

ügyvezető, MKIK GVI

e-mail: toth.istvanjanos@krtk.mta.hu

Publikáció esetén kérjük, hogy elemzésünkre az alábbiak szerint hivatkozzon:

MKIK GVI: Gazdasági Havi Tájékoztató,

2017. március, Budapest,

2017-04-10