



GAZDASÁGI HAVI TÁJÉKOZTATÓ

2025

ÁPRILIS

A GAZDASÁG- ÉS VÁLLALKOZÁSKUTATÓ INTÉZET AKTUÁLIS ELEMZÉSEIRŐL

- » Exporttevékenység
- » Digitalizáció
- » Nemzetközi tendenciák

Készítette

Kása Richárd, elemző
Molnár László, elemző
Szenderák János elemző
Szennay Áron, elemző

Kutatásvezető
Molnár Endre Mihály,
szakmai igazgató

2025. május 15.

TARTALOM

02 A HAZAI VÁLLALKOZÁSOK EXPORTTEVÉKENYSÉGE

Marketingkommunikációra és piacra lépési támogatásra lenne szükség.

[LINK](#)

06 VÁLLALKOZÁSOK DIGITÁLIS FEJLETTSÉGE

Nagy potenciált látnak a vállalkozások az AI-ban.

[LINK](#)

11 NEMZETKÖZI TENDENCIÁK

Továbbra is vegyes a gazdasági hangulat a világ vezető gazdaságaiban

[LINK](#)



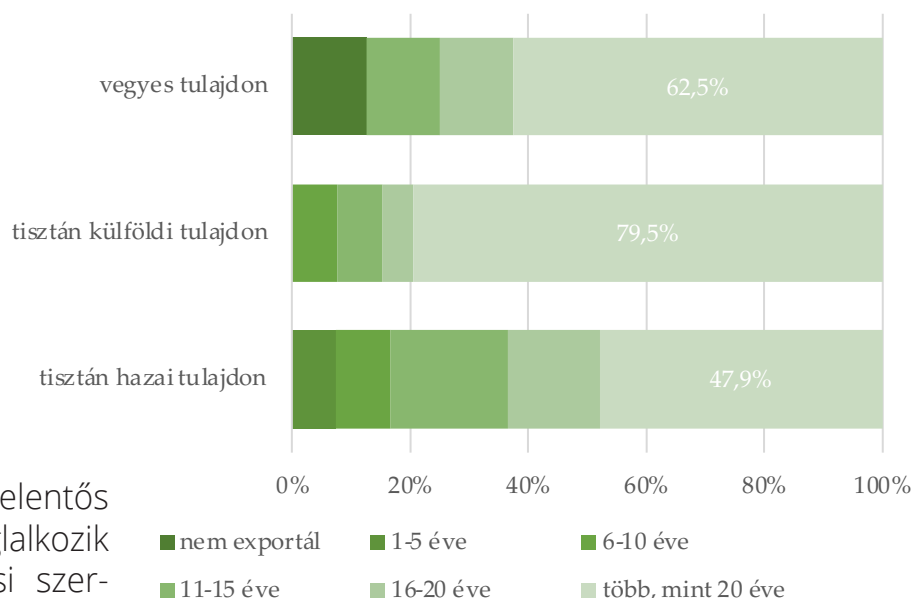
AZ EXPORT- TEVÉKENYSÉG VIZSGÁLATA A HAZAI VÁLLALKOZÁSOK KÖRÉBEN



2025. ÁPRILIS

Az exportáló
vállalkozások
35%-a
új régiót is megcélozna

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara megbízásából a Gazdaság- és Vállalkozáskutató Intézet (MKIK GVI) 2025 első negyedévében átfogó kutatást végzett a hazai vállalkozások exporttevékenységének jellemzőiről, kihívásairól és fejlesztési szükségleteiről. A vizsgálat célja az volt, hogy empirikus adatokkal támasszuk alá az exportösztönzési politikák hatékonyabb kialakítását.



A megkérdezett vállalkozások jelentős része már több mint 20 éve foglalkozik exporttevékenységgel, tulajdonosi szerkezettől függetlenül. A külföldi tulajdonú cégek ebben valamelyest előrébb járnak: közel 80%-uk mondta azt, hogy több mint 20 éve exportál, míg a hazai tulajdonú vállalkozások esetében ez az arány 50% alatt maradt. A vegyes tulajdonú cégek átmenetet képeztek 62,5%-os értékkel.

Tulajdonosi szerkezettől függetlenül, a vállalatok a magasabb minőséget tekintették fő versenyelőnynek a versenytársakhoz képest. Ennek aránya 58,3%-tól (hazai tulajdon) 62,5%-ig terjedt (külföldi tulajdon). A hazai és a vegyes tulajdonú vállalkozások esetében viszont erősebb volt a hangsúly az árversenyen is: az alacsonyabb árakat a hazai tulajdonú vállalkozások 27,1%-a tekintette fő versenyelőnynek. A széles termékpalletta a külföldi tulajdonú cégeknél volt hangsúlyosabb (23,1%), a hazai-, illetve a vegyes tulajdonosi szerkezetű cégeknél ez a tényező kevésbé volt kiemelt. Ezek alapján a kiváló minőség mellett a hazai, illetve a vegyes tulajdonosi szerkezetű vállalatok az országban aktív tisztán külföldi tulajdoni vállalatoknál valamennyivel nagyobb mértékben támaszkodnak a magyarországi bérek, illetve egyéb input faktorok relatív alacsonyabb költsége jelentette versenyelőnyre.

1. ábra

Az exporttevékenység folytatásának ideje tulajdonosi szerkezet szerint, %

Forrás: GVI 2025

Az exporttevékenységet főleg az erős árverseny nehezítette, amelyet minden vállalkozás hasonlóan nehéz kihívásnak élt meg (4,04 – 4,18), tulajdonosi szerkezettől függetlenül. A magas munkabéreköltség és a szakképzett munkaerő hiánya szintén komoly kihívás volt, különösen a hazai vállalatok esetében (3,75 és 3,67). A külföldi tulajdonú vállalatok számára kiemelten fontos problémaként jelent meg a jogszabályi megfelelés és engedélyeztetés (3,03) és a beruházások megtérülésének kockázata (3,37), ami az üzleti környezet érzékelt bizonytalanságát mutatja.

Az erős árverseny okozta nehézség tevékenységi körtől függetlenül is komoly kihívást jelentett, különösen a szolgáltató cégeknél. Ezen vállalkozások esetében a szakképzett munkaerő hiánya (4,00), a munkaerő kapacitás hiánya (4,10), illetve a kommunikációs/marketing jelenlét szükségessége (3,70) is hangsúlyos tényező volt. A kereskedelmi cégek alacsonyabb kihívásszinteket jelöltek meg a legtöbb területen, kivéve a külső finanszírozás (3,07) és a nemzetközi szállítás költségei (3,33), amelyek esetükben jelentkező jelentősebb problémaként. A termelő vállalatok számára különösen a munkabéreköltség (3,75), a beruházások megtérülése (3,25) és a szállítási költségek (3,25) jelentették a fő kihívásokat. Ez a termelési jellegű tevékenységek költségérzékenységét tükrözi.

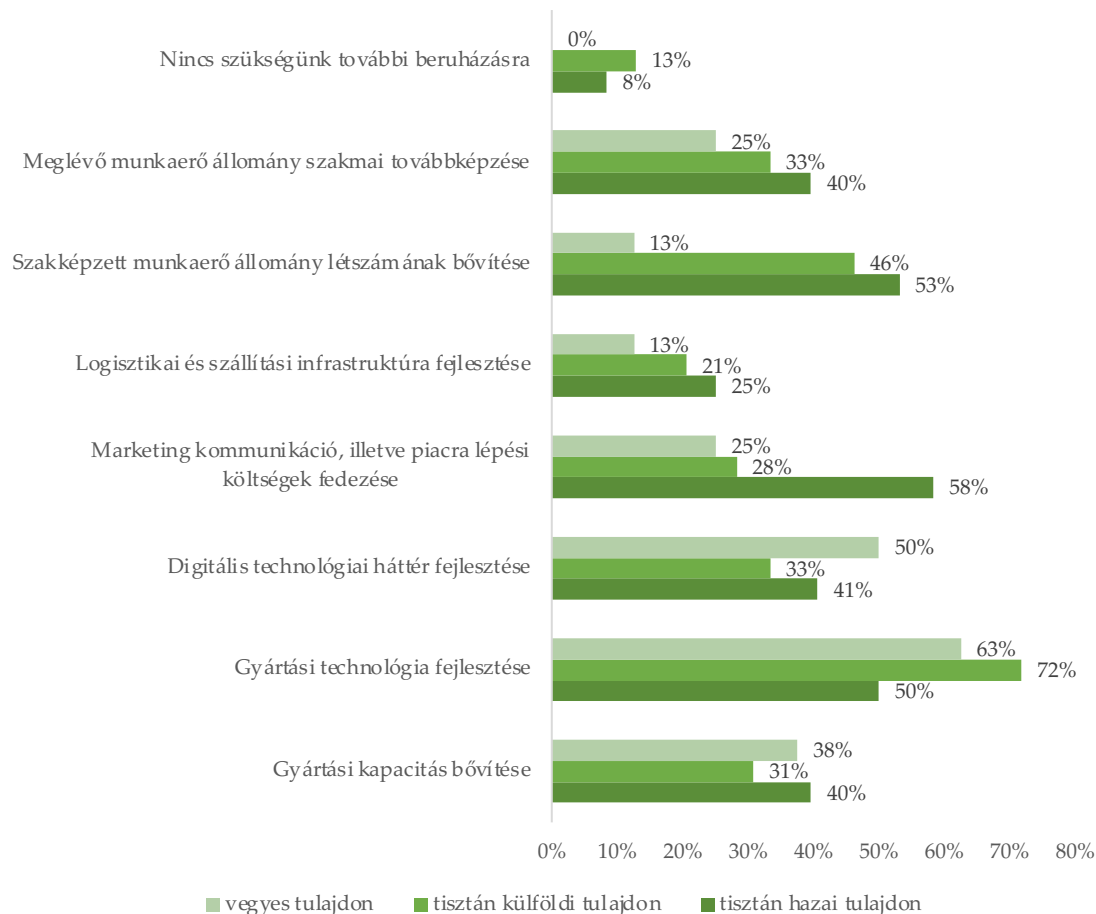


2. ábra

Az exporttevékenységet nehezítő tényezők tulajdonosi szerkezet szerint, 1-5 skála, átlag

Forrás: GVI 2025

A hazai tulajdonú vállalkozások főleg a marketing-kommunikáció és piacra lépés támogatására (58,3%) illetve a szakképzett munkaerő bővítésére (53,1%) igényelne beruházást. A külföldi tulajdonú cégek esetében viszont a gyártási technológia fejlesztése volt hangsúlyos (71,8%), míg a marketing és piacra lépés csak 28,2%-nak jelent kihívást. A vegyes tulajdonú vállalatok esetében egyaránt megjelent a gyártási technológia (62,5%) és digitális háttér (50,0%) fejlesztésének szükségessége. Szinte minden vállalat típus elsődlegesen a saját tőkét (pl. alapítók befizetései, visszaforgatott nyereség) tekinti a legfontosabb finanszírozási forrásnak az exportbevételek növeléséhez. A hazai (96,8%) és külföldi (94,7%) tulajdonú cégeknél ez szinte kizárólagos volt. A hazai tulajdonú vállalatok esetében megjelent továbbá a bankhitelre (71,6%) és támogatásokra (56,8%) való támaszkodás is, míg a külföldi tulajdonú cégek kevésbé számoltak állami/EU-s forrásokkal (26,3%) és kevésbé nyitottak alternatív finanszírozásra. A lízing (50,0%), és a szállítói hitelek (25,0%) mint fontos finanszírozási forma főleg a vegyes tulajdonú vállalatok körében jelent meg.



3. ábra

Az exporttevékenység eredményességét célzó szükséges beruházások tulajdonosi szerkezet szerint, %

Forrás: GVI 2025

A HAZAI VÁLLALATOK DIGITALIZÁLTSÁGA



2025. ÁPRILIS

+24,3
százalékpontos
növekedés várható egy
év alatt a mesterséges
intelligencia vagy
automatizáció
alkalmazásában

Elemzésünk a hazai vállalkozások digitális fejlettségét vizsgálja. Az elemzés az MKIK GVI féléves, 2025. áprilisi konjunktúrafelvételének adatain alapul, melynek keretében összesen 1863 hazai vállalkozást kérdeztünk meg. Az adatfelvétel eredményeit súlyoztuk a cégek GDP-hez való becsült hozzájárulása alapján, a területi összetétel (régiók), az ágazatok, illetve a létszámkategóriák szerint. A súlyozási szempontokat egyszerre érvényesítettük, így a válaszoló cégek mintája ezen jellemzőkre vonatkozóan reprezentatívnak tekinthető.



+24,3 százalékpontos növekedés várható egy év alatt a mesterséges intelligencia vagy automatizáció alkalmazásában – jelenleg 35,7%, de a tervek szerint 60% fölé nőhet

Eredményeink alapján a hazai vállalkozások négyötöde jelenleg is elérhető vagy rendszeresen frissülő saját weboldalán, vagy valamely közösségi média (pl. Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn stb.) felületen. Ezen felül a vállalkozók közel 5%-a tervezi, hogy egy éven belül fejleszt weboldalt és/vagy megjelenik a közösségi médiában. Fontos kiemelni, hogy jelentős az átfedés azon vállalkozások között, akik nem aktívak a közösségi média felületeken, illetve nincs weboldaluk. Más szóval bár a két lehetőség adott esetben kiválthatja egymást, a rendszeresen frissülő weboldallal nem rendelkező cégek kétharmadának nincs közösségi média profilja sem.

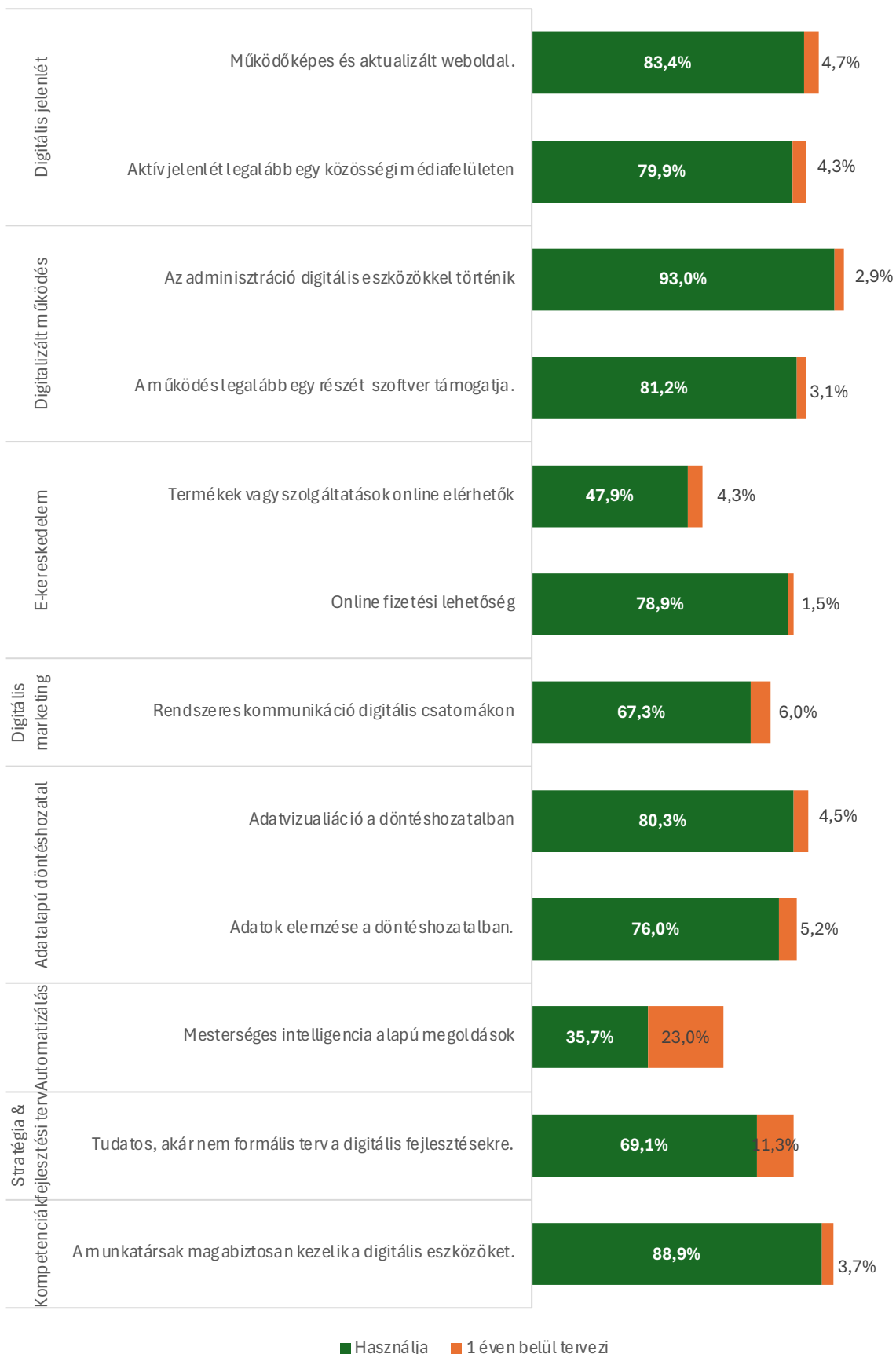
A vállalkozások működésének szoftveres támogatása szintén kifejezetten elterjedt - a vállalkozások 81,2%-a jelezte, hogy a működését legalább részben támogatja valamilyen CRM vagy ERP szoftver, amely arány egy éven belül 84,4%-ra nőhet a tervek szerint. Ennél is magasabb a digitális adminisztrációs eszközök (pl. számlázó programok) elterjedtsége – jelenleg 93,0%, ami a vállalkozók várakozásai szerint egy év múlva csaknem 100%-os lefedettségre fog nőni.

Az elektronikus kereskedelem tekintetében a vállalkozások kettőszakadnak, ugyanis míg közel négyötödük esetén már most is van lehetőség online fizetésre (pl. bankkártya, utalás, stb.), a termékek/szolgáltatások online vásárlását/foglalását jelenleg csak alig minden második cég teszi lehetővé. A penetráció várható növekedésének üteme ez utóbbi esetben kifejezetten jelentős, 9,1%, ami 4,3%pontos emelkedést vetít előre egy év alatt.

4. ábra

Vállalkozások jelenlegi digitális érettsége, illetve rövidtávú fejlesztési tervei,
%

Forrás: GVI 2025



A digitális csatornákon való kommunikáció (pl. hírlevél, chatbot) szintén nem kifejezetten jellemző, jelenleg rendszeresen a vállalkozók kétharmada (67,3%) használ hasonló eszközöket. Ugyanakkor e téren is jelentős, 8,9%-os (6,0%pont) növekedés várható egy éven belül. Az adatalapú döntéshozatal eredményeink szerint jelenleg is fontos a vállalkozásokban – 76,0%-uk használ pénzügyi-, ügyfél-, illetve egyéb adatokat, míg 80,3%-uk adatvizualizációt a döntései előkészítése során. Emellett mindkét tekintetben jelentős fejlődés várható egy éven belül, amely alapján a penetráció a tervek szerint a vállalkozások döntő többségét érinteni fogja.

Ugyan jelenleg csak a vállalkozók bő harmada (35,7%) használ jelenleg automatizációt, illetve mesterséges intelligenciát a működésében, a téma körüli hype következtében e tekintetben tapasztalható a legnagyobb mozgás, hisz egy éven belül a tervek szerint ötből három vállalkozás fog alkalmazni ilyen jellegű technológiát. Hasonlóan, a fejlesztések felé mutat, hogy jelenleg tízből hét cég rendelkezik tudatos, akár nem formális digitális fejlesztési terve, de további 11,3% gondolja, hogy egy éven belül rendelkezni fog ilyennel. Szintén pozitív eredmény, hogy a vállalkozók 88,9%-a állítja, hogy a munkatársai magabiztosan kezelik a digitális eszközöket, ami a tervek szerint egy év múlva meg fogja haladni a kilenctizedes arányt is.

Alapvetően elmondható, hogy a nagyobb foglalkoztatotti létszámú vállalkozások körében az egyes digitális érettséget jelző indikátorok penetrációja nagyobb. Jól példázza ezt, hogy míg a legkisebb, 0-9 fős vállalkozásoknak csak a fele (51,0%) rendelkezik weboldallal, közel felük (44,9%) pedig közösségi média jelenléttel, addig ez már a kisvállalkozások döntő többsége számára evidencia.

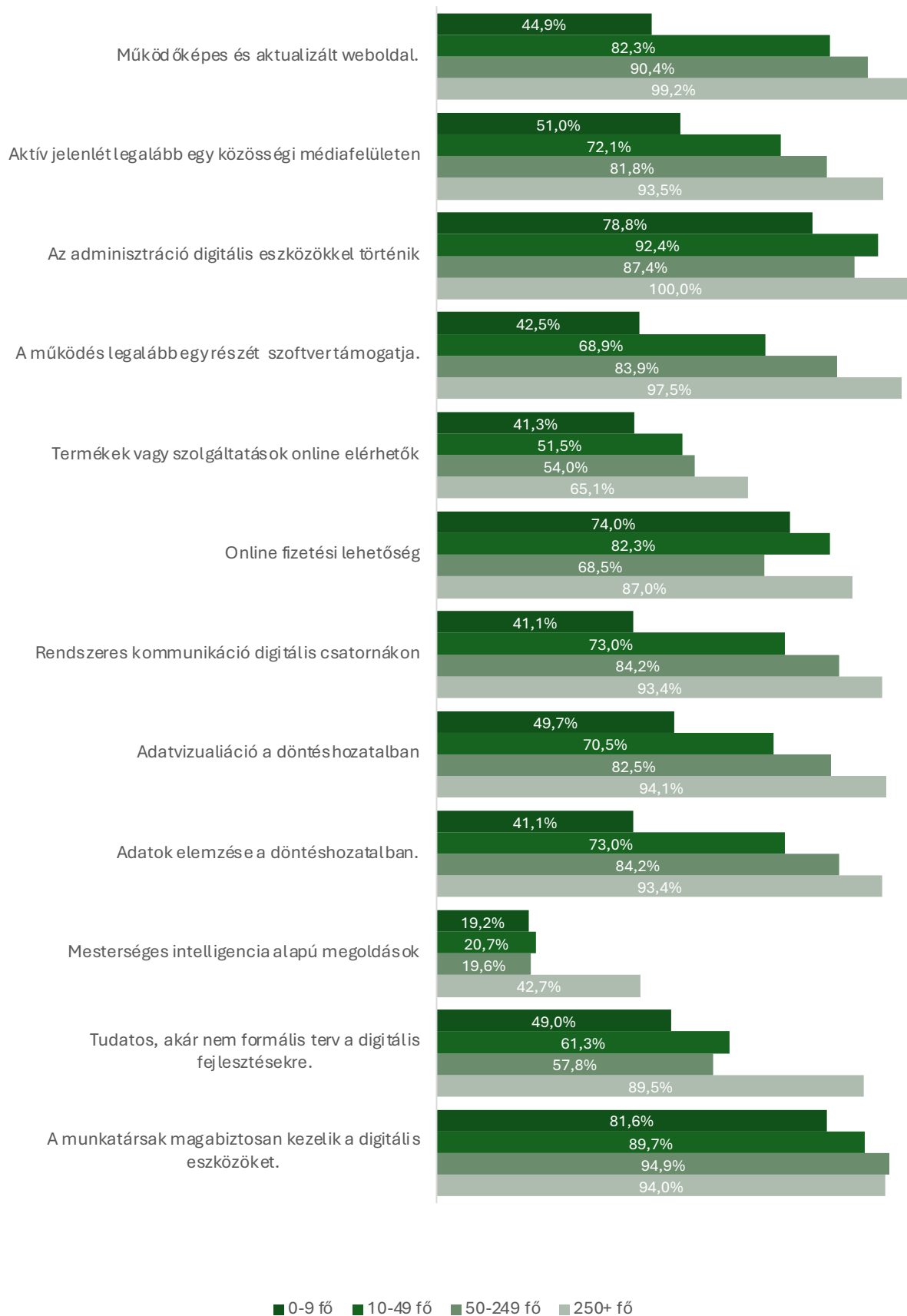
Hasonló kettősség figyelhető meg a működés szoftveres támogatás tekintetében is. Ugyan az adminisztráció támogatása (pl. számlázóprogram) a 0-9 fős mikrovállalkozások négyötödét is jellemzi, a nagyobbaknál pedig gyakorlatilag közel teljeskörű a lefedettség, addig az ERP, CRM és más, fejlett szoftveres

támogatás penetrációja a vállalkozásmérettel párhuzamosan egyre magasabb. Az e-kereskedelemben a mintázat megegyezik. Míg az online fizetési lehetőségek elfogadása tekintetében csupán kisebb eltérések mutatkoznak vállalkozásmérettől függően, addig a termékek online elérhetősége, szolgáltatások foglalhatósága, vagy akár a rendszeres digitális kommunikáció (pl. hírlevél) alkalmazása a vállalkozásmérettel párhuzamosan növekszik. Abban sincs lényeges eltérés, hogy az adatalapú döntéshozatal szintén az egyre nagyobb vállalkozásoknál figyelhető meg. Míg a mikrovállalkozások fele alkalmaz adatvizualizációt, addig már a kisvállalkozásoknál is 70,5% ez az arány. Hasonlóan, az adatelemzés döntéshozatalban a mikrovállalkozások kétötödét, a kisvállalkozások 73,0%-át jellemzi, a közép, illetve nagyvállalatok esetén pedig már közel teljeskörű az elterjedtség, azaz 84,2, illetve 93,4% ez az arány.

5. ábra

Vállalkozások digitális érettsége
létszámkategóriák szerint,
%

Forrás: GVI 2025



NEMZETKÖZI TENDENCIÁK

2025. ÁPRILIS



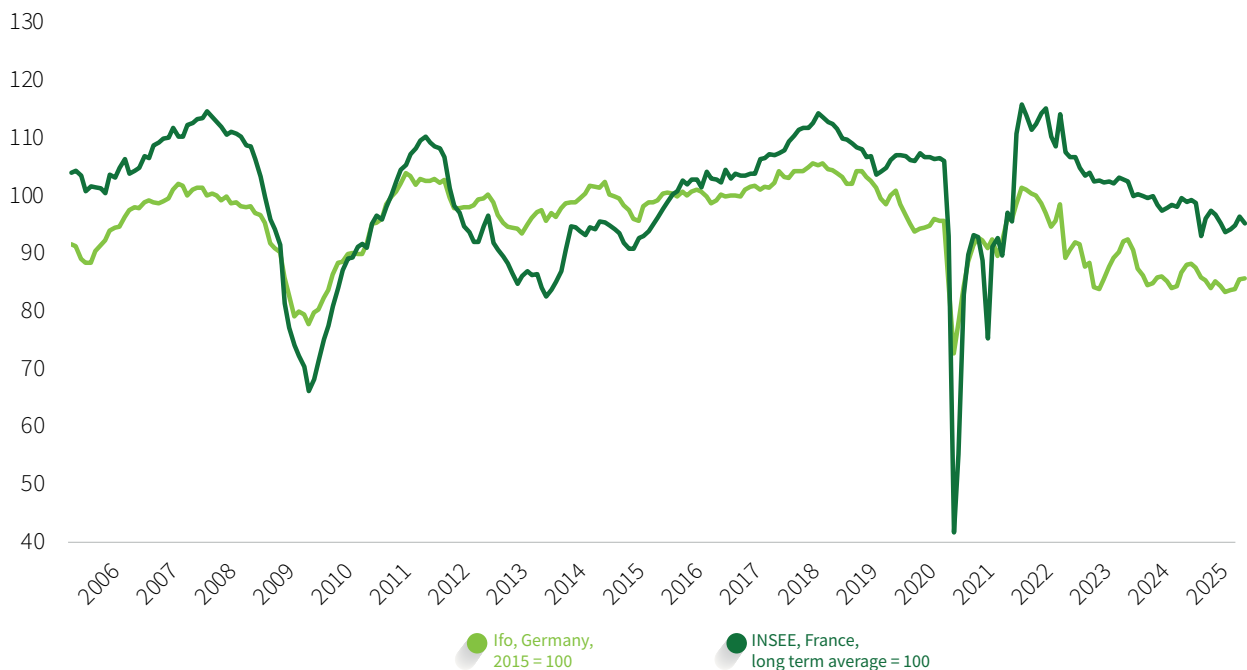
		Tényadat	Várakozások	Előző időszak
Németország	Munkanélküliségi ráta	6,3%	6,4%	6,2%
	Feldolgozóipari beszerzési menedzserindex	48,4	48,0	48,3
	IFO üzleti bizalmi index ¹	86,9	87,4	86,7
Franciaország	INSEE üzleti bizalmi index ²	96		97
Európai Unió	ESI gazdasági hangulatindex ³	94,4		96
USA	Munkanélküliségi ráta	4,2%	4,2%	4,2%
	CB fogyasztói bizalmi index	86	87,7	93,9
	Feldolgozóipari beszerzési menedzserindex	50,2	50,7	50,2
Kína	Feldolgozóipari beszerzési menedzserindex	50,4	50,4	51,2

¹ <https://www.ifo.de/en/survey/ifo-business-climate-index-germany>

² <https://www.insee.fr/en/statistiques?debut=0&theme=30&conjoncture=23>

³ https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/business-and-consumer-surveys/latest-business-and-consumer-surveys_en

További adatok forrása: <https://www.bloomberg.com/markets/economic-calendar>



2025 áprilisában a német üzleti bizalom enyhe javulást mutatott: az IFO index 86,9 pontra emelkedett a márciusi 86,7 pontról. A feldolgozóipari PMI szintén kissé javult, 48,4-re nőtt (márciusban 48,3), de továbbra is a zsugorodást jelző 50 pont alatt maradt. A munkanélküliségi ráta 6,3%-ra nőtt, ami kismértékű emelkedés a korábbi 6,2%-hoz képest, de továbbra is stabil munkaerőpiaci helyzetet jelez.

Franciaországban az INSEE üzleti bizalmi index 96 pontra csökkent a márciusi 97 pontról. Ez a változás arra utal, hogy a vállalati kilátások némileg visszafogottabbá váltak, különösen az építőiparban, ahol továbbra is óvatos hangulat uralkodik.

Az Európai Unió gazdasági bizalma is gyengült: az ESI gazdasági hangulatindex 94,4 pontra csökkent az előző havi 96-ról. Ez az érték a régió belüli, eltérő gazdasági kilátásokat tükrözi, és megerősíti az ingadozó bizalmat.

Az Egyesült Államokban a CB fogyasztói bizalmi index jelentősebben, 86 pontra esett vissza a márciusi 93,9 pontról. A feldolgozóipari PMI nem változott (50,2), de a stagnálás az ágazat gyenge lendületére utal. A munkanélküliségi ráta továbbra is 4,2%, változatlanul az előző hónaphoz képest. Kínában a növekedési lendület némileg mérséklődött: a feldolgozóipari PMI 50,4 pontra csökkent az előző havi 51,2-ről, de még mindig a bővülést jelző 50 pont fölött maradt, ami a gazdasági aktivitás mérsékelte, de tartós élénkülésére utal.

6. ábra

Az üzleti bizalom megítélése Németországban és Franciaországban, az Ifo és az INSEE vállalati konjunktúra-felmérései alapján, 2005. január – 2025. április

Forrás: www.ifo.de,
www.insee.fr



KAPCSOLAT

MKIK GVI
1054 Budapest, Szabadság tér 7.
Tel: 1/235-05-84
e-mail: gvi@gvi.hu
Internet: <http://www.gvi.hu>

Publikáció esetén kérjük, hogy elemzésünkre az
alábbiak szerint hivatkozzon:
MKIK GVI: *Gazdasági Havi Tájékoztató*,
2025. május 15., Budapest