



Exportfejlesztési lehetőségek a digitális kereskedelemben

SAJTÓTÁJÉKOZTATÓ

2022. június 8.



Az alapítók:



mastercard





A kutatás háttere

2022. tavasz

Online piaci
helyzetkép

Adatbázis építés

Export
helyzetkép

Ágazati
elemzés

Kereskedői
helyzetkép

500 céges
vállalati
kutatás

Vásárlói
elvárások

Kereskedői
mélyinterjúk

Kereskedői
példák

Kereskedői
Jópéldák

2022. nyár

 DKSZ

STRATÉGIA

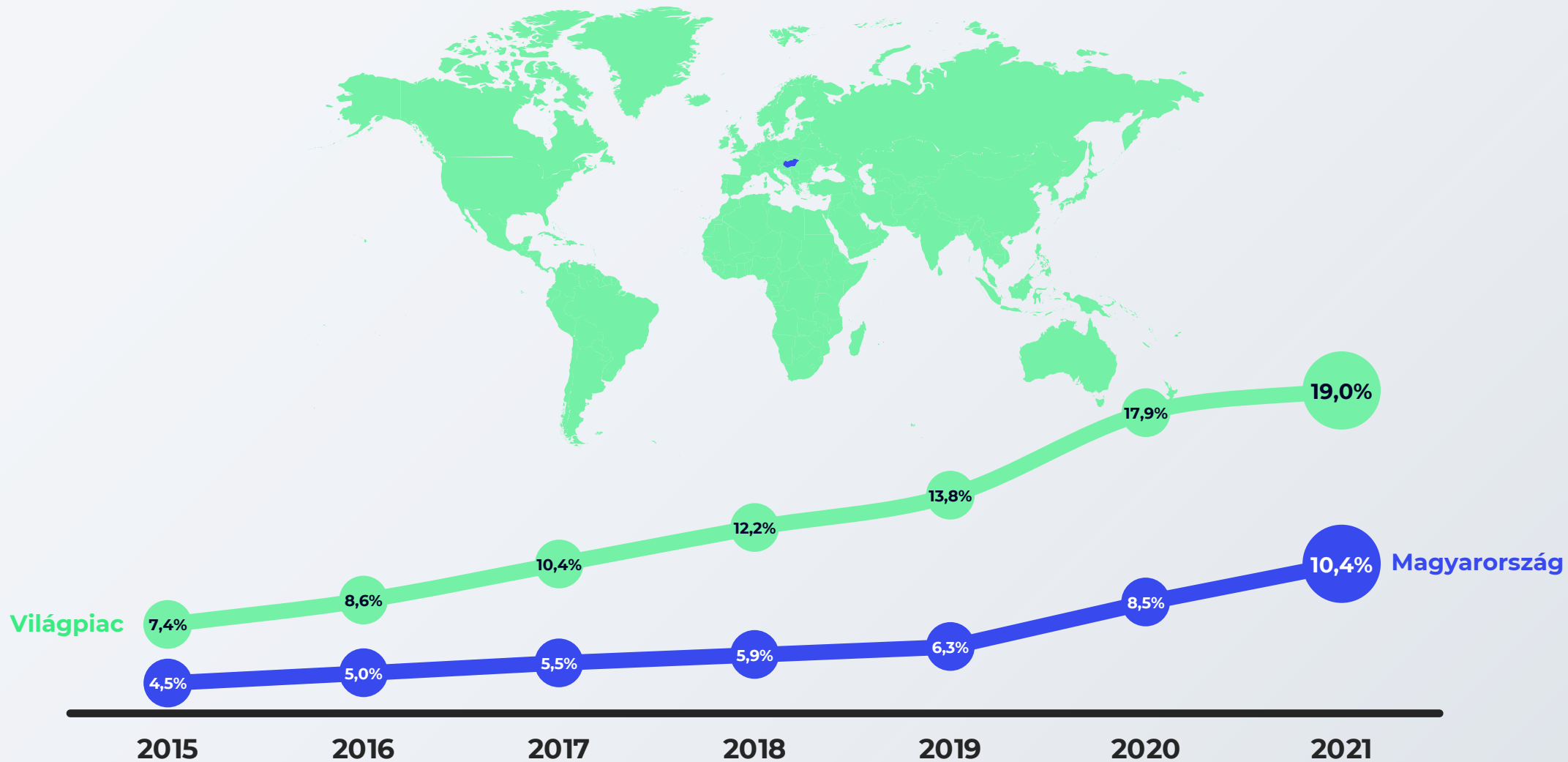
A DKSZ
piackutató partnere:



E-kereskedelmi helyzetkép



Az e-kereskedelem aránya a kiskereskedelmen belül

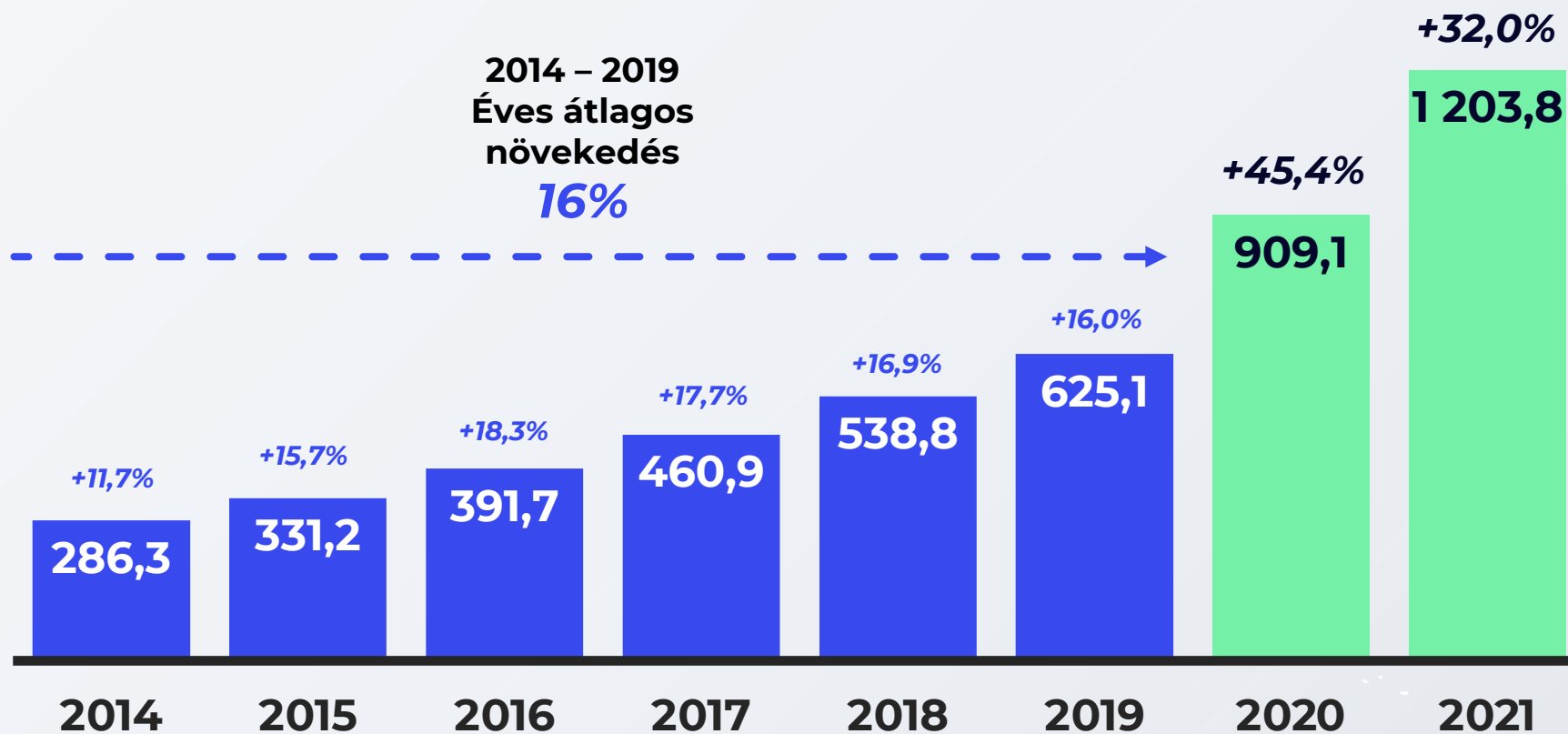


ÜZEMANYAG- ÉS GÉPKOCSI-KISKERESKEDELEM NÉLKÜL



Az online kiskereskedelmi forgalom alakulása

2014 – 2021 // milliárd forint (bruttó)





A magyar online piac legfontosabb mutatói 2021-ben

2021
KISKERESKEDELEM
13 732 Mrd Ft*
(10 813 Mrd Ft + ÁFA)

10,4%

2021
BELFÖLDI BR. ONLINE
KISKERESKEDELMI
FORGALOM



1 200 Mrd Ft
(+32%)

2021
BELFÖLDI ONLINE
RENDELÉSEK
SZÁMA



70 millió db
(+31%)

2021
ÁTLAGOS
BRUTTÓ
KOSÁRÉRTÉK



17,5 ezer Ft
(+0,8%)

2021
AKTÍV ONLINE
VÁSÁRLÓK
SZÁMA



3,7 millió fő
(+200 ezer fő)

2021
ÁTLAGOS
RENDELÉSEK
SZÁMA / ÉV / FŐ



18,6 alkalom
(+20%)

2021
ÉVES ÁTLAGOS
BRUTTÓ ONLINE
KÖLTÉS / FŐ



324 830 Ft





Az online vásárlás gyakorisága

2014 – 2022





Internetezők vs. Online vásárlók



Felnőtt lakosság:

18 év feletti magyar lakosság

8,1 millió fő (2022)



Aktív internetező:

Hetente legalább egyszer internetezik

6,5 millió fő (2022)



2021:
18+ heti
rendszerességgel
internetező lakosság
+300 ezer fő



Aktív internetező online vásárló:

12 havonta legalább egyszer vásárol online terméket / szolgáltatást

5,1 millió fő (2022)



Aktív internetező és terméket online vásárló:

12 havonta legalább egyszer vásárol online terméket

3,7 millió fő (2022)



2021:
18+ aktív online vásárló
+200 ezer fő





Egyre nagyobb az európai e-commerce piac

Az online kiskereskedelem alakulása Európában (2021)

Egyesült Királyság
Franciaország
Németország
Spanyolország
Olaszország
Hollandia
Lengyelország
Dánia
Norvégia
Svédország
Görögország
Svájc
Csehország
Belgium
Ausztria
Portugália
Románia
Írország
Finnország
Ukrajna
21. Magyarország
Észtország
Szlovákia
Bulgária
Horvátország
Litvánia
Luxemburg
Szlovénia
Ciprus
Lettország
Szerbia
Izland





Egyre erősebb a régiós online verseny

- Egyesült Királyság
- Franciaország
- Németország
- Spanyolország
- Olaszország
- Hollandia
- Lengyelország**
- Dánia
- Norvégia
- Svédország
- Görögország
- Svájc
- Csehország**
- Belgium
- Ausztria**
- Portugália
- Románia**
- Írország
- Finnország
- Ukrajna
- 21. Magyarország**
- Észtország
- Szlovákia**
- Bulgária
- Horvátország**
- Litvánia
- Luxemburg
- Szlovénia**
- Ciprus
- Lettország
- Szerbia
- Izland

A forgalom mérete a magyar piac forgalmához mérve

11x

4,5x

3,5x

2x

3/4

1/2

1/3

EU átlag 2021

+16%

Magyarország 2021

Euróban*:

+29%

Forintban:

+32%





A legnagyobb webáruházak

A LEGNAGYOBB FORGALMÚ ONLINE KERESKEDŐK

ÖSSZESEN **520 MILLIÁRD** FORINT ONLINE FORGALOM



A LEGNAGYOBB 100%-BAN MAGYAR ONLINE KERESKEDŐK

ÖSSZESEN **130 MILLIÁRD** FORINT ONLINE FORGALOM



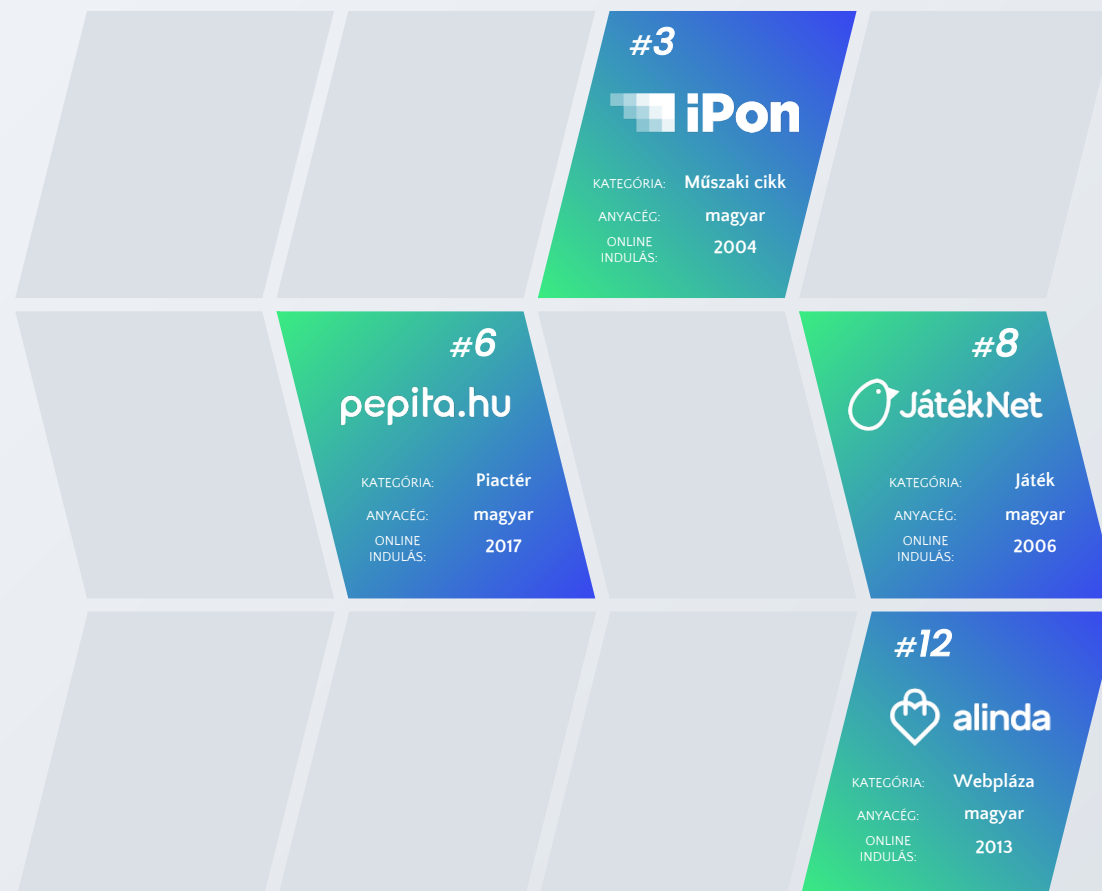
Bruttó 5 Milliárd Ft 2021-es online forgalom feletti kereskedők



A legnagyobb webáruházak

Külföldi hátterű, vagy nem 100%-ban magyar cégek

Jelenleg is exportáló 100%-ban magyar cégek





A legismertebb webáruházak

Szabadszavas első helyes (Top of mind) ismertség alapján

| HELYEZÉS | NÉV |
|------------------------------------------|-----------------|
| Említések száma alapján A webáruház neve | |
| 1. | eMAG |
| 2. | Alza.hu |
| 3. | AliExpress |
| 4. | Extreme Digital |
| 5. | Notino |
| 6. | Bonprix |
| 7. | Tchibo |
| 8. | Amazon |
| 9. | eBay |
| 10. | Shein |

| HELYEZÉS | NÉV |
|------------------------------------------|-------------|
| Említések száma alapján A webáruház neve | |
| 11. | Media Markt |
| 12. | H&M |
| 13. | Wish |
| 14. | Zooplus |
| 15. | About You |
| 16. | ecipo.hu |
| 17. | Bookline |
| 18. | Libri |
| 19. | Aqua |
| 20. | TESCO |

| HELYEZÉS | NÉV |
|------------------------------------------|----------------|
| Említések száma alapján A webáruház neve | |
| 21. | BioTech USA |
| 22. | Kütyübazár |
| 23. | Líra |
| 24. | Sinsay |
| 25. | Kifli.hu |
| 26. | pepita.hu |
| 27. | GymBeam |
| 28. | Játéknet.hu |
| 29. | Mall.hu |
| 30. | Pingvin Patika |

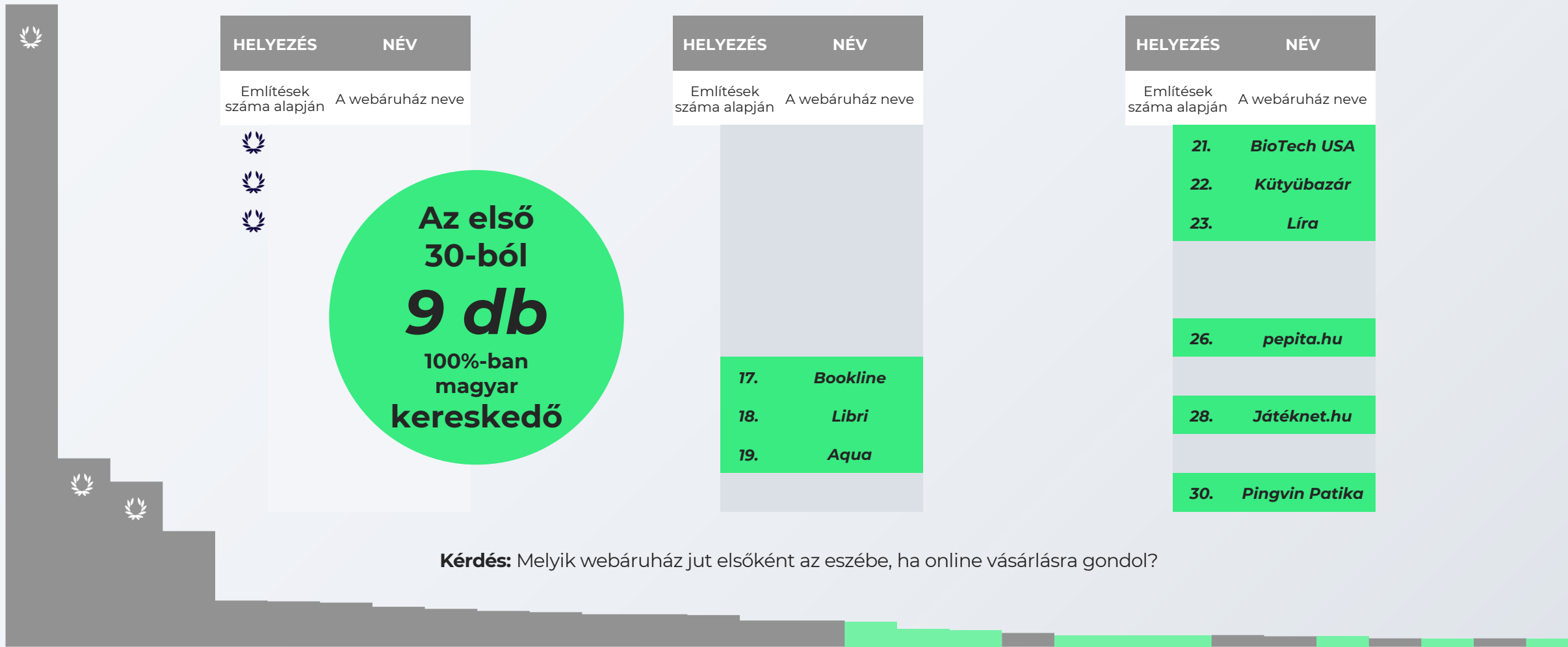
Kérdés: Melyik webáruház jut elsőként az eszébe, ha online vásárlásra gondolsz?

N = 3447 fő



A legismertebb webáruházak

Szabadszavas első helyes (Top of mind) ismertség alapján



Kérdés: Melyik webáruház jut elsőként az eszébe, ha online vásárlásra gondol?

N = 3447 fő

Export helyzetkép

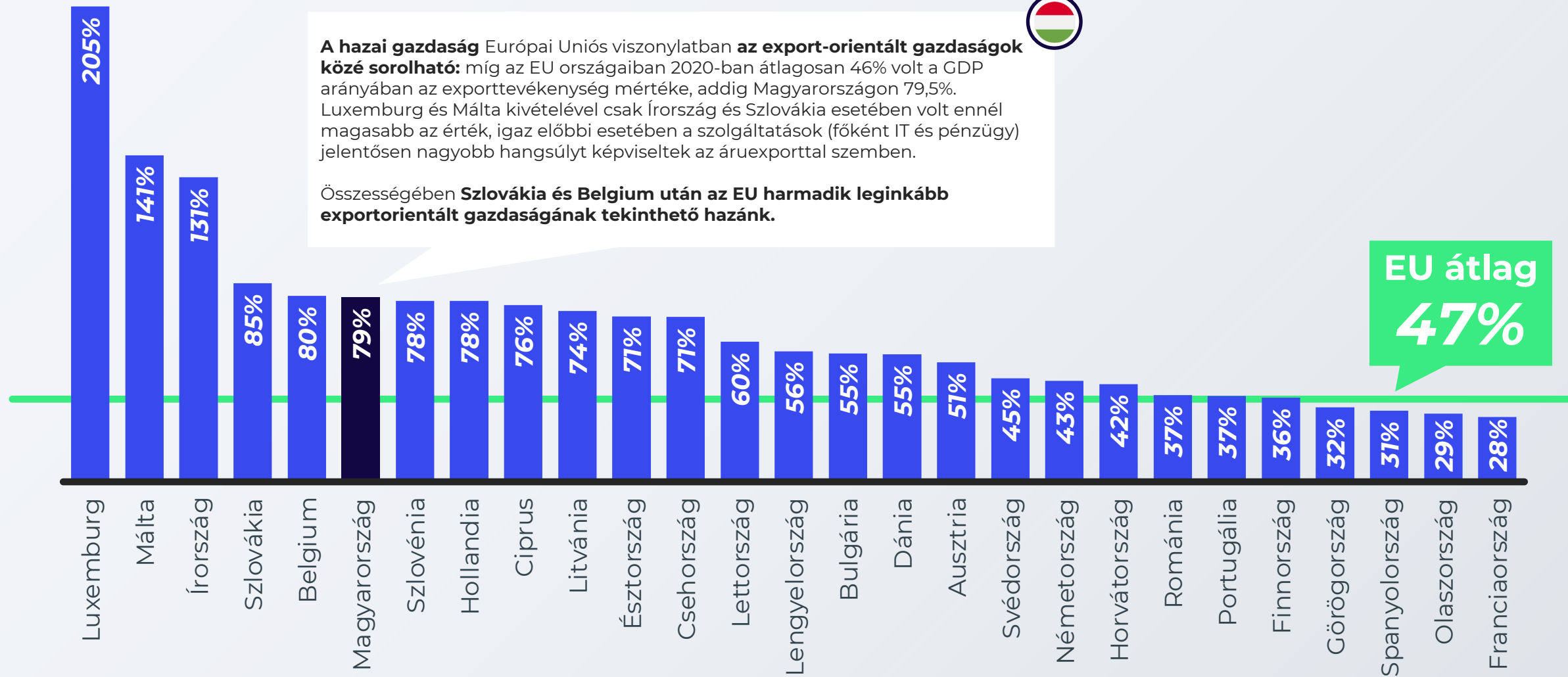


Export a GDP százalékában (2020)

A hazai gazdaság Európai Unió viszonylatban **az export-orientált gazdaságok közé sorolható**: míg az EU országokban 2020-ban átlagosan 46% volt a GDP arányában az exporttevékenység mértéke, addig Magyarországon 79,5%. Luxemburg és Málta kivételével csak Írország és Szlovákia esetében volt ennél magasabb az érték, igaz előbbi esetében a szolgáltatások (főként IT és pénzügy) jelentősen nagyobb hangsúlyt képviseltek az áruexporttal szemben.



Összességében **Szlovákia és Belgium után az EU harmadik leginkább exportorientált gazdaságának tekinthető hazánk.**



EU átlag
47%



Export helyzetkép a magyar KKV-k körében

- A magyar vállalkozások között a **KKV szektor szerepe egyelőre nem számottevő. Az összes magyar társas vállalkozásból (321 ezer) mindössze 23,8 ezer sorolható a KKV kategóriába.** A magyar társas vállalatok döntő többsége (280 ezer) mikrovállalkozás, vagyis 10 főnél kevesebbet foglalkoztat. A mintegy 770 db nagyvállalat a teljes vállalati sokaság mindössze 0,2%-át jelenti.
 - **A KKV szektoron belül az export az alábbiak szerint alakul:**
 - 2020-as mérlegadatok alapján a **23,8 ezer cég 36,9%-nak van export bevétele**, ez kb. 8,7 ezer céget jelent;
 - árbevétel arányosan **legalább 1%-ot elérő exportbevétele 29,4%-nak van** (6,9 ezer cég);
 - míg legalább **20%-os** árbevétel arányt elérő **export forgalma a KKV-k 15,7%-ának van** (ez 3,7 ezer céget jelent).
 - **A hazai gazdaság Európai Uniós viszonylatban az export-orientált gazdaságok közé sorolható:** míg az EU országokban 2020-ban átlagosan 46% volt a GDP arányában az exporttevékenység mértéke, addig Magyarországon 79,5%. Luxemburg és Málta kivételével csak Írország, Belgium és Szlovákia esetében volt ennél magasabb az érték, igaz előbbi esetében a szolgáltatások (főként IT és pénzügy) jelentősen nagyon súlyt képviseltek az áruexporttal szemben.
- Összességében **Belgium és Szlovákia után az EU harmadik leginkább exportorientált gazdaságának** tekinthető hazánk.
- **Export kapcsán a magyarországi vállalkozások jellemzően egy termelői láncolatban helyezkednek el, amely elsősorban a gyártás területére fókuszál, és a „vevő” nem magánszemély, hanem a láncolat következő lépcsőjét jelentő, újabb – akár már külföldi – vállalkozás.** Az ország teljes export forgalmából a **gyártás részesedése 71%**, míg a **kereskedelem súlya alig 14%**.
 - A kereskedelmi export legnagyobb részét a **nagykereskedelem** adja, mely ezzel a teljes export **10,5%-át** jelenti. A kereskedelmi exporton belül a következő nagy kategória a **gépjármű-kereskedelem** (2,8%-os export részesedéssel).
 - **A kiskereskedelem alig 0,7%-os súllyal részesül a teljes magyar külkereskedelmi forgalomból.**
 - Bár az összes export 23,4%-a a KKV szektorhoz köthető, **a kiskereskedelmi tevékenységet folytató KKV-k az összes exportnak csak mindössze 0,4% adják.**



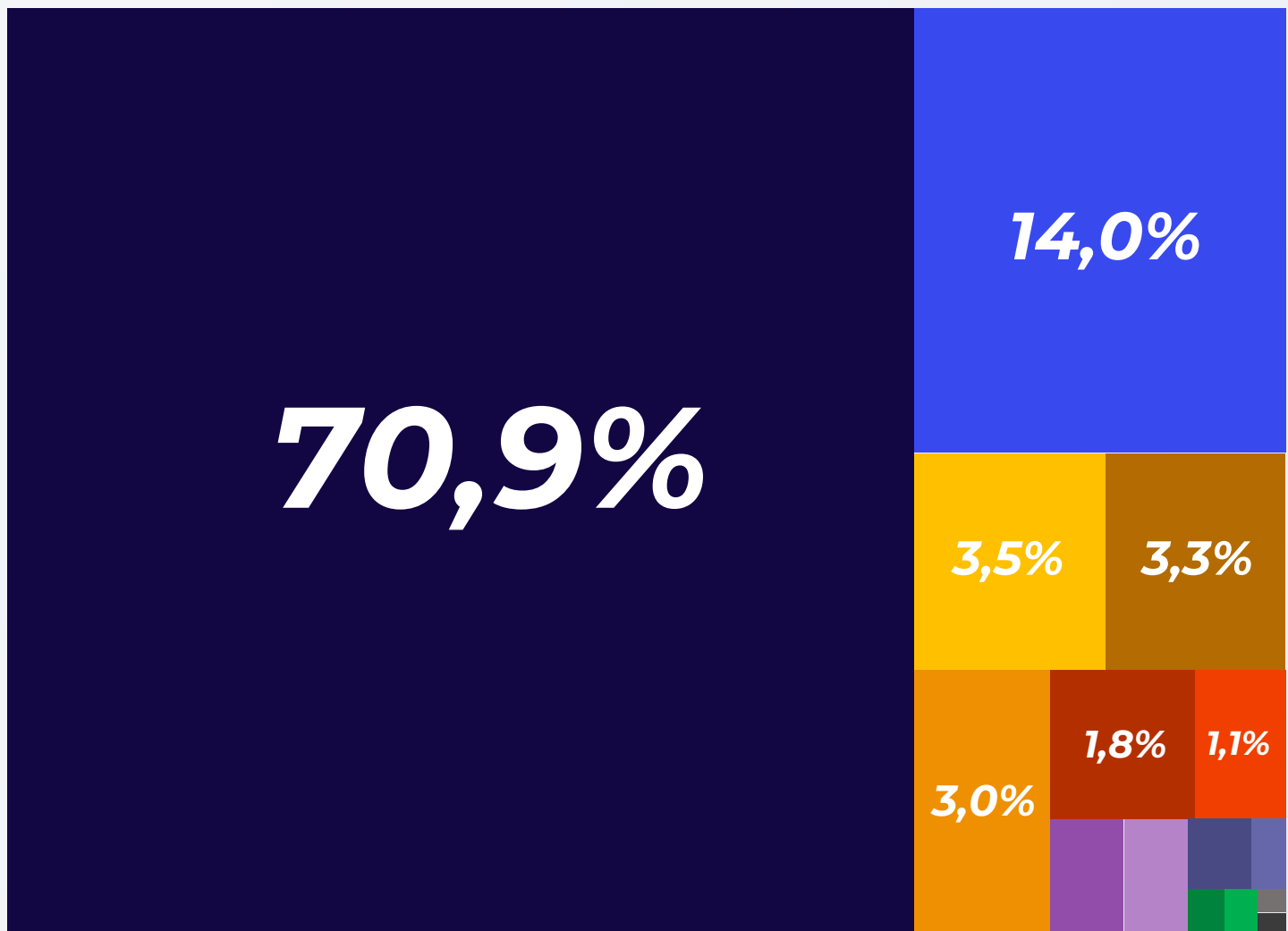
Az export értékesítés Magyarországon 2020-ban

A 2020-as export:
15 ágazatban, összesen
27 ezer Mrd Ft
(100%)

| Ágazat |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Gyártás |
| Kereskedelem, gépjárműjavítás |
| Szállítás, raktározás |
| Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység |
| Információ, kommunikáció |
| Villamosenergia-, gáz-, gőzellátás, légkondicionálás |
| Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység |
| Pénzügyi, biztosítási tevékenység |
| Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat |
| Építőipar |
| Vízellátás; szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmérséklés |
| Ingatlanügyletek |
| Közigazgatás, oktatás, egyéb szolgáltatás |
| Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás |
| Bányászat, kőfejtés |



Az export értékesítés megoszlása ágazatok szerint



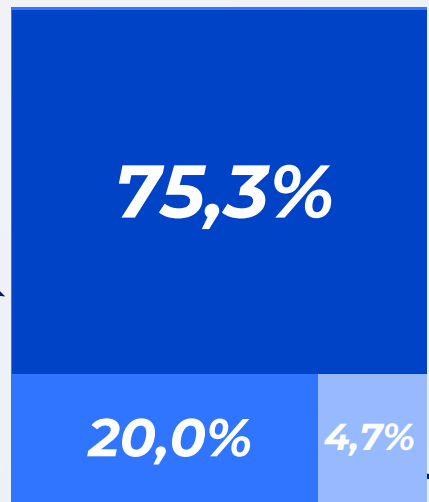
Az export értékesítés a gyártás és a kereskedelem, gépjárműjavítás ágazatokban jelentősebb.

| Ágazat | Mrd Ft |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Gyártás | 19 429 |
| Kereskedelem, gépjárműjavítás | 3 827 |
| Szállítás, raktározás | 958 |
| Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység | 905 |
| Információ, kommunikáció | 832 |
| Villamosenergia-, gáz-, gőzellátás, légkondicionálás | 497 |
| Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység | 314 |
| Pénzügyi, biztosítási tevékenység | 196 |
| Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat | 168 |
| Építőipar | 104 |
| Vízellátás; szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmosmentesítés | 57 |
| Ingtalanügyletek | 38 |
| Közigazgatás, oktatás, egyéb szolgáltatás | 34 |
| Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás | 16 |
| Bányászat, kőfejtés | 14 |



Export értékesítés a kereskedelemben

Sikeresen exportáló kereskedők:



A kereskedelem további 3 ágazatra bontható, melyből a kiskereskedelmi export súlya a legalacsonyabb.

| Ágazat | Mrd Ft |
|------------------------------------------------|------------|
| Kereskedelem, gépjárműjavítás | 3 827 |
| Nagykereskedelem | 2 882 |
| Gépjármű, motorkerékpár kereskedelme, javítása | 766 |
| Kiskereskedelem | 180 |

A kiskereskedelem alágazaton belül a csomagküldő, online kiskereskedelem export értékesítésének súlya:

24 Mrd Ft

A kiskereskedelmi export fejlesztése fontos, mert jelenleg csekély a súlya.

A kereskedelmi fókusszal működő vállalkozásból **450 db cégnek** van 10+ millió Ft export árbevétele.

Az online kereskedelmi fókusszal működő mintegy 3,1 ezer társas vállalkozásból **109 db cégnek** van 10+ millió Ft export árbevétele.



Online kiskereskedők exportja

A csomagküldő, online kiskereskedelem súlya az exportban (2020)

| | Érték | | | Súly | | |
|--------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------------|
| | Cégek száma (db) | Export árbevétel (Mrd Ft) | Foglalkoztatottak (fő) | Cégek száma (%) | Export árbevétel (%) | Foglalkoztatottak (%) |
| Társas vállalkozások | 321 896 | 27 389,0 | 26 883 | 100% | 32,9% | 1,02% |
| Kereskedelem | 65 610 | 3 827,3 | 8 899 | 14,0% | 14,9% | 0,43% |
| Kiskereskedelem | 30 666 | 179,5 | 1 935 | 0,7% | 2,7% | 0,09% |
| Kiskereskedő (KKV) | 1 977 | 102,1 | 399 | 0,4% | 4,8% | 0,26% |
| Csomagküldő, online kiskereskedelem | 3 036 | 23,7 | 284 | 0,1% | 12,2% | 0,08% |
| Csomagküldő, online kiskereskedelem (KKV) | 60 | 17,7 | 26 | 0,1% | 18,6% | 0,68% |



Az exportáló vállalkozások jellemzői

A magyar társas vállalkozások egészét nézve, **az exportáló, export forgalommal is rendelkező vállalatokra jóval nagyobb működési méret jellemző**, mint a nem exportálókra:

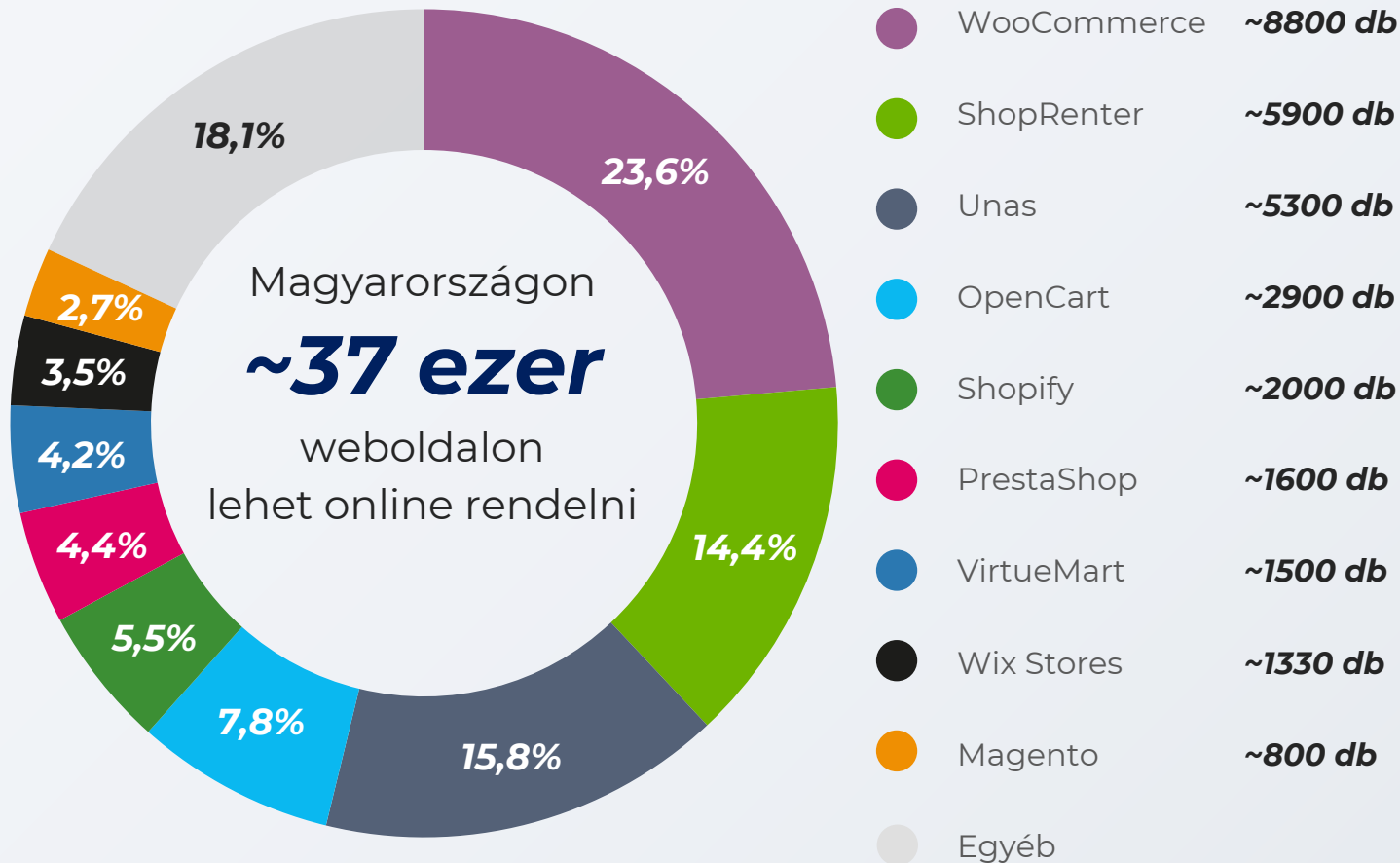
- ✓ az exportáló cégek esetében átlagosan több mint **kétszeres foglalkoztatotti állomány**;
- ✓ **akár 4-5-szörös átlagos árbevétel**;
- ✓ **másfélszeres átlagos bérszint**;
- ✓ **nagyobb a hosszúlejáratú hitelállomány**;
- ✓ **nagyobb a tárgyi eszköz állomány és az ingatlan vagyon**;
- ✓ **3-5-szörös is lehet az eredménytartalék** mérete;
- ✓ az exporttevékenységgel rendelkező vállalatok **esetében megjelenik a külföldi tulajdon**.





A magyarországi webáruház-sokaság

Webáruház technológia szerinti sorrendben



**A magyar piacon működő
terméket értékesítő webshopok
száma 15-20 ezer közé tehető.**

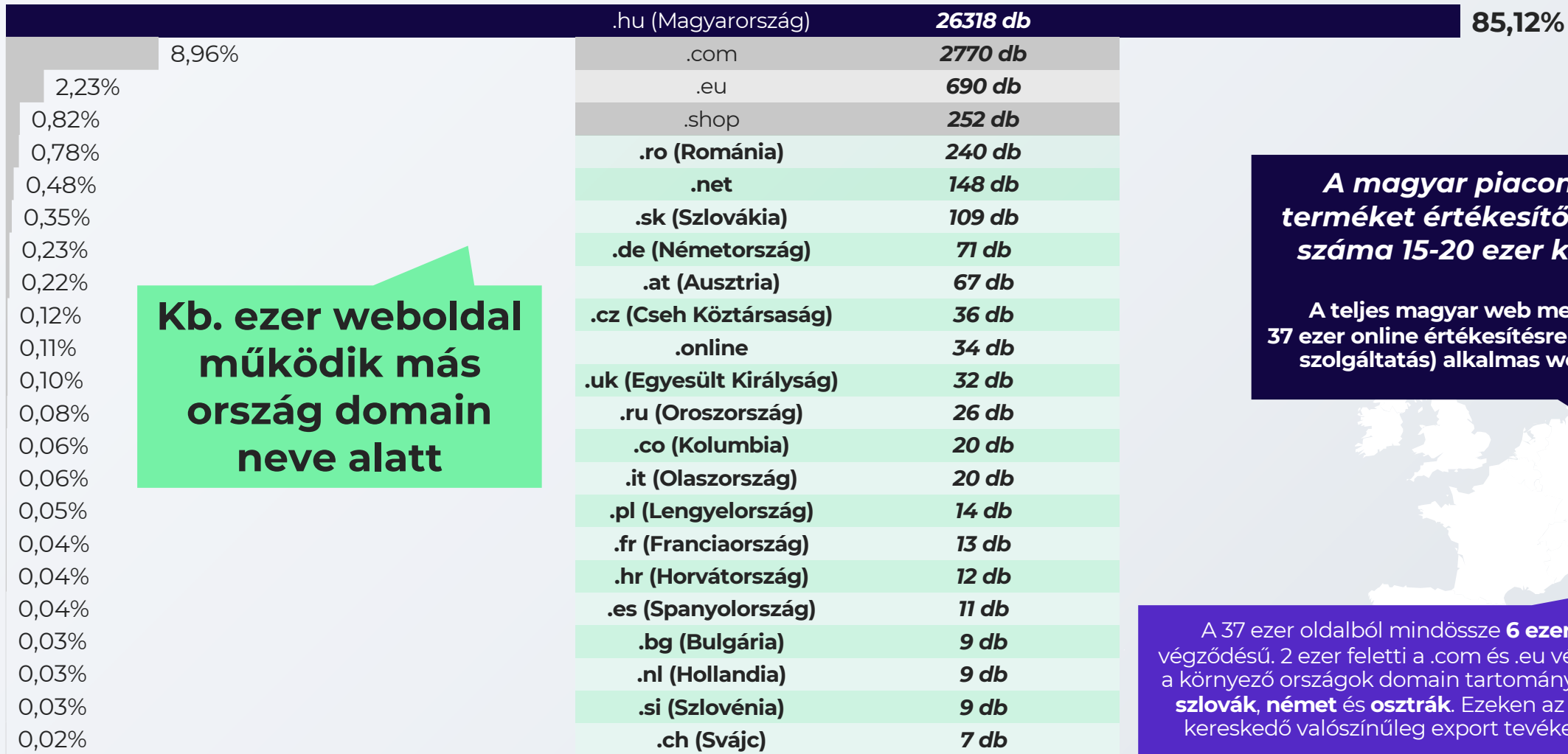
**A teljes magyar web megközelítőleg
37 ezer online értékesítésre (termék és vagy
szolgáltatás) alkalmas weboldalból áll.**

A 37 ezer oldalból mindössze **6 ezer** nem .hu domain végződésű. 2 ezer feletti a .com és .eu végződés, de gyakoriak a környező országok domain tartományai is, főként a **román, szlovák, német** és **osztrák**. Ezek az oldalakon a magyar kereskedő valószínűleg export tevékenységet (is) folytat.



A magyarországi webáruház-sokaság

Domain végződések szerinti sorrendben



Kb. ezer weboldal működik más ország domain neve alatt

A magyar piacon működő termék értékesítő webshopok száma 15-20 ezer közé tehető.

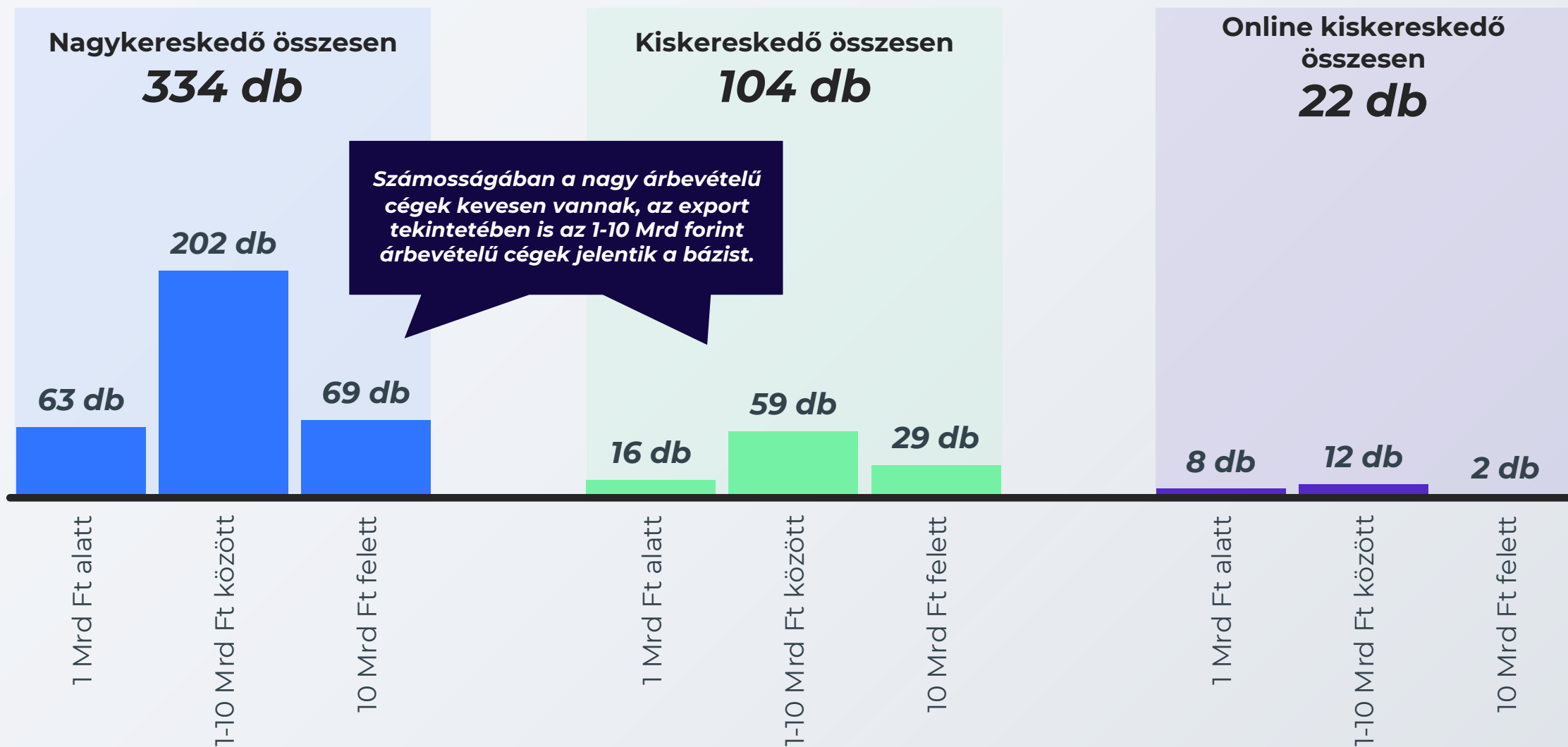
A teljes magyar web megközelítőleg 37 ezer online értékesítésre (termék és vagy szolgáltatás) alkalmas weboldalból áll.

A 37 ezer oldalból mindössze **6 ezer** nem .hu domain végződésű. 2 ezer feletti a .com és .eu végződés, de gyakoriak a környező országok domain tartományai is, főként a **román, szlovák, német** és **osztrák**. Ezek az oldalakon a magyar kereskedő valószínűleg export tevékenységet (is) folytat.



Exportáló – online is – értékesítő kereskedők

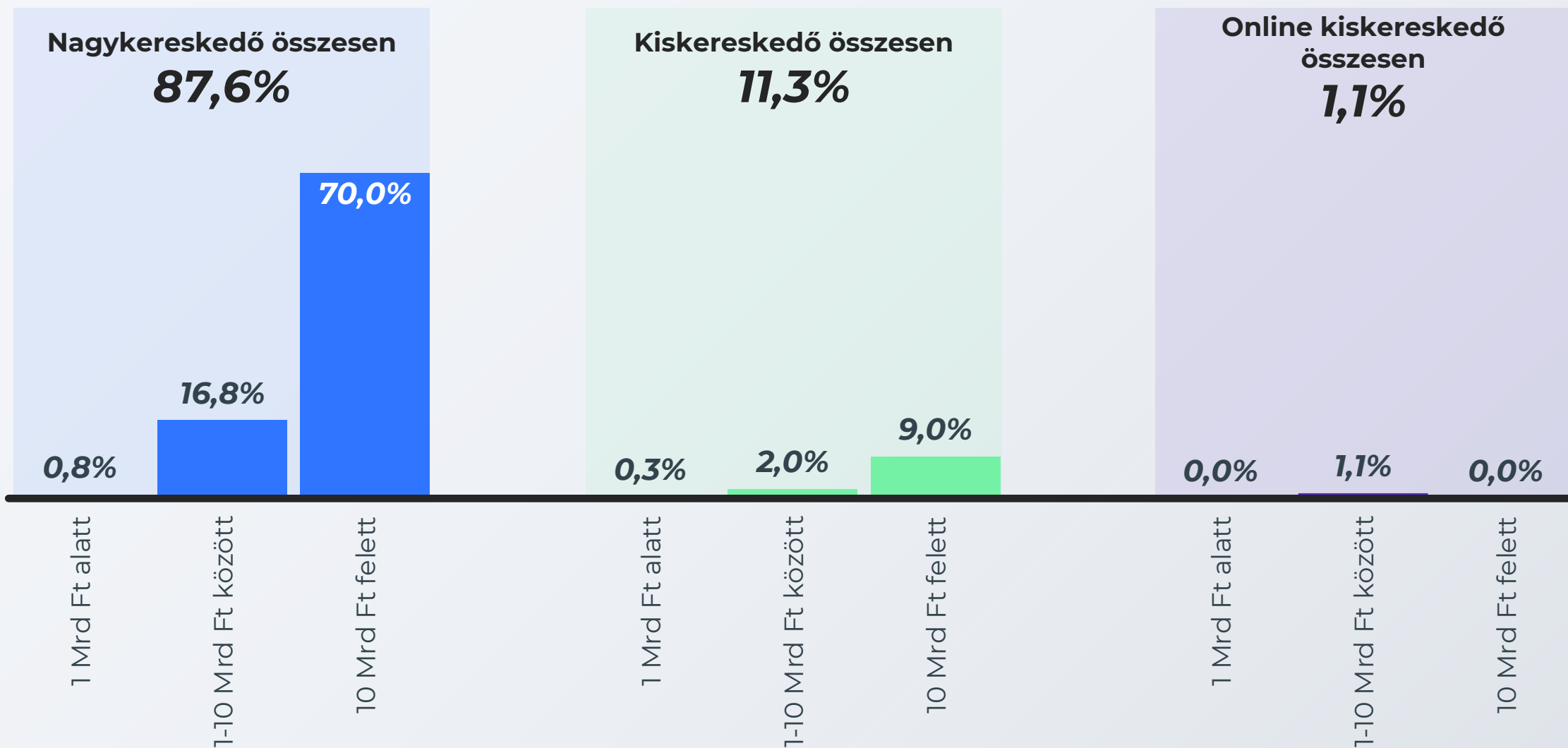
Cégek eloszlása





Exportáló – online is – értékesítő kereskedők

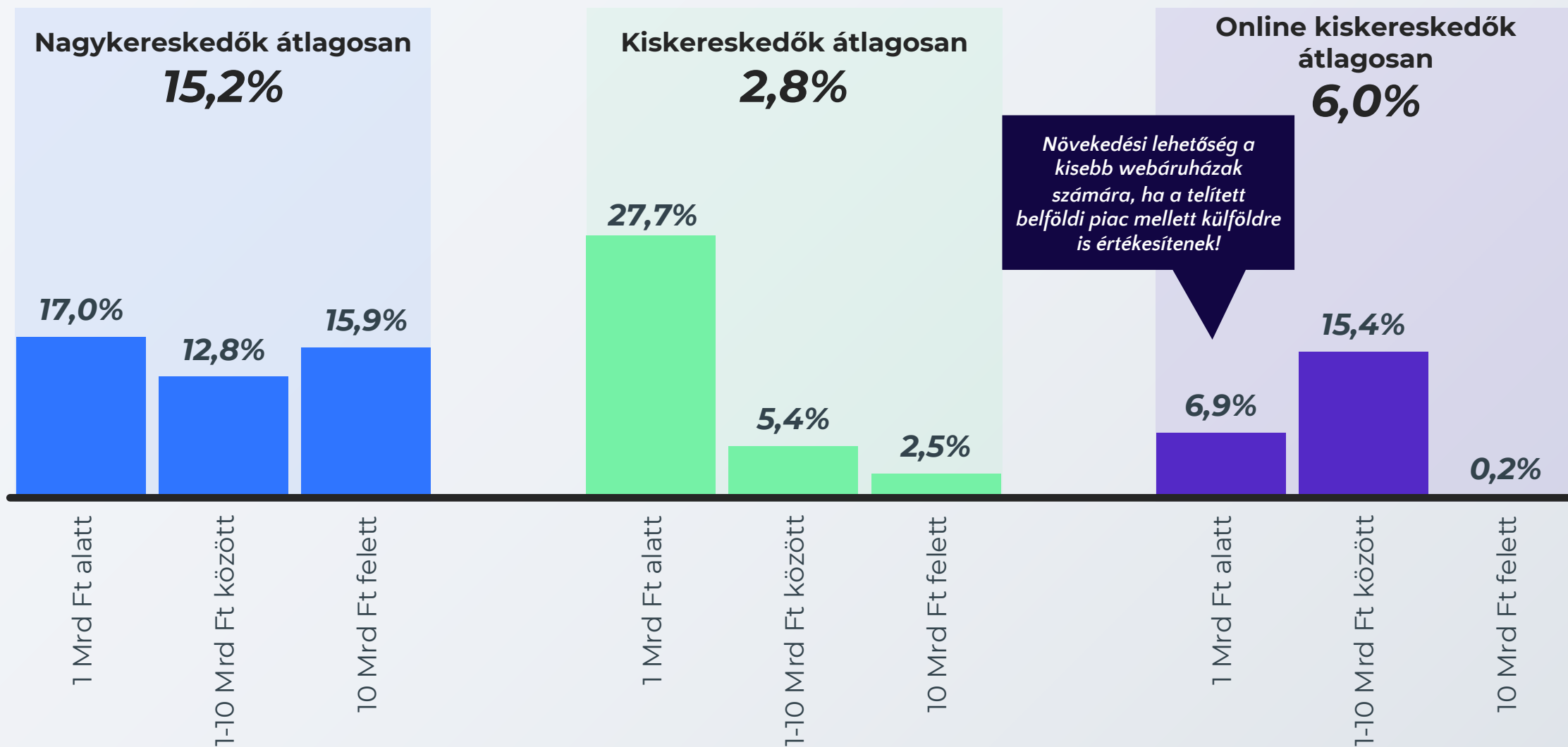
Export árbevétel megoszlása





Exportáló – online is – értékesítő kereskedők

Export aránya az árbevételben





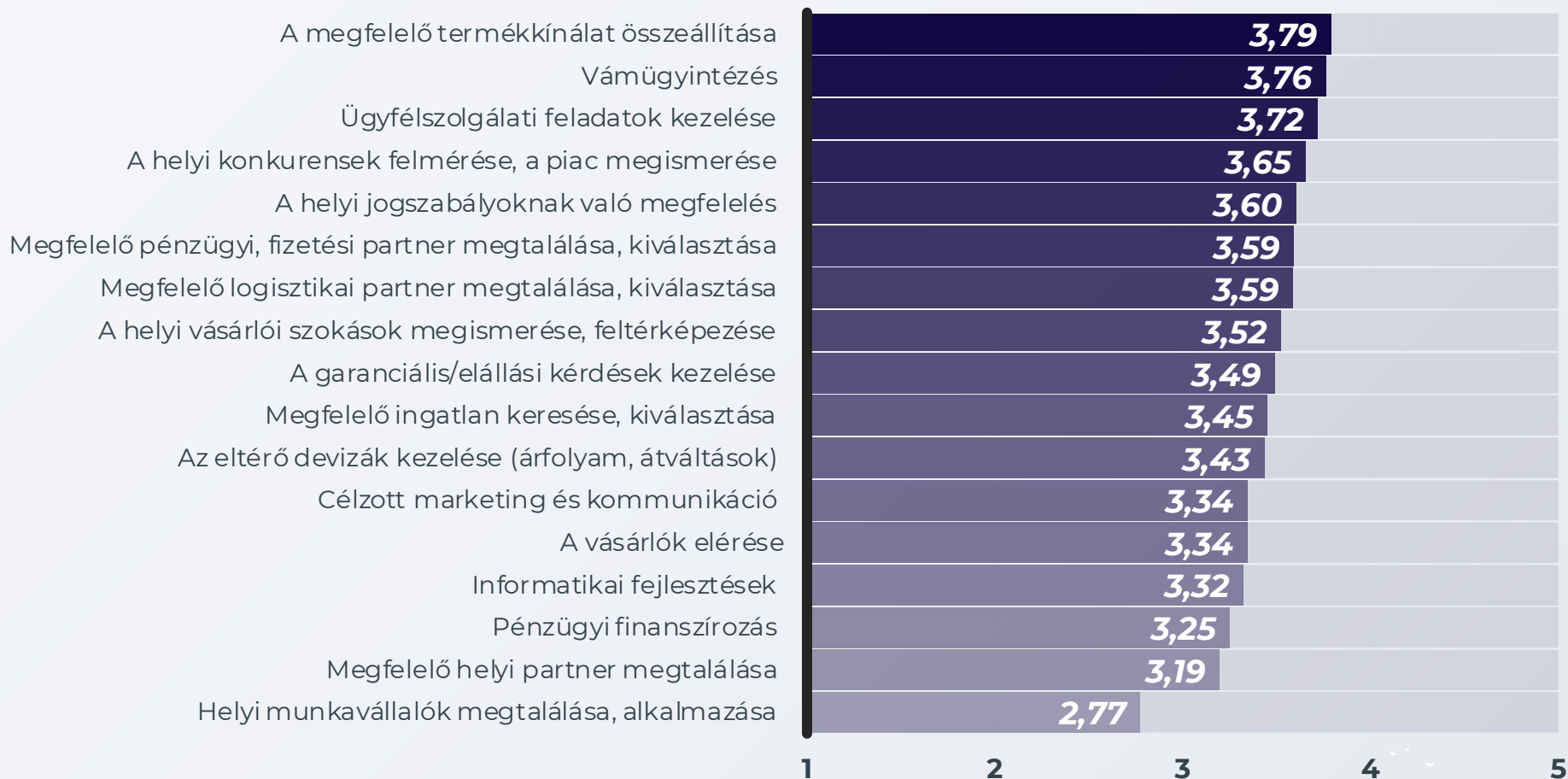
Akadályok az export előtt

- A kiskereskedelmi cégek **döntő többsége magyar tulajdonú vállalkozás** és közel **60%-uk már a 2000-es évek előtt is működött**. Talán ez is az egyik oka annak, hogy mind az **online értékesítés (14%)**, mind az **export (7%)** csak egy **kis részükre jellemző tevékenységek**.
- Függetlenül a valós okoktól, mindkét esetben a **hagyományos értékesítési csatornáktól való távolmaradás egyik legfőbb gátja az attól való teljes elzárkózás**. A legtöbben úgy vélik, hogy az általuk értékesített termékkör (online esetében 40%, export esetében 36%) **nem alkalmas a külföldi értékesítésre**.
- Míg utóbbi az élelmiszer esetében még vélhetően meg is állja a helyét, az online csatornák tekintetében a vállalkozások 23%-os sokasága, aki élelmiszert árul, nem indokolja ezeket az arányokat. A hazai kereskedők jelentős része valójában Kínából származó termékeket értékesít (főként a műszaki cikkek, háztartási cikkek vonatkozásában), **azaz nem lenne komolyabb akadálya ezen termékek külföldön történő értékesítésének sem**, hiszen ez a többi európai országra is igaz.
- Az **exporttól** való távolmaradás okait nézve egy ilyen téren még **nagyon éretlen piac képe rajzolódik** ki. Nem a támogatások mibenléte, vagy épp formája jelenti jelenleg a problémát, hanem a megszokottól való eltérés, a komfortzónából való kilépés.
- A termékportfóliót nem versenyképesnek ítézők magas aránya mind azt jelzi, hogy egyszerűen a hazai kereskedők még félnek a külföldi piacra lépéstől. **Nem hisznek az általuk forgalmazott termékek versenyképességében**, nem rendelkeznek a vélt megfelelő szaktudással és persze elegendő tőke sem áll rendelkezésre. Mindezek alapvetően komoly gátakat tükröznek, de valójában egy **külföldi online értékesítés elindítása egyáltalán nem jelent komoly szakmai kihívást és komoly tőkeigényt sem minden esetben**.
- A magyar vállalkozások nagy része **nem azért nem exportál, mert nem tudja, hogyan fogjon hozzá, hanem mert fel sem merült ez rövid távon lehetőségként**. A DKSZ számára az első lépés az lenne, hogy az **exportot általánosságban is népszerűsíteni kell**. Miért érdemes exportálni, mely piacok lehetnek rendelkeznek jelentős potenciállal, mi a belépési küszöb.
- A magyar kereskedők jelentős része import terméket értékesít. Alapvetően ezek külföld értékesítése nem jelentene problémát, de a hazai méretek versenyhátrányt jelentenek a beszállítóknál, így kevés esetben kapnak olyan árat, ami kedvezőbb, mint a nagyobb, nyugati cégeké.



Export értékesítés nehézségei, problémái

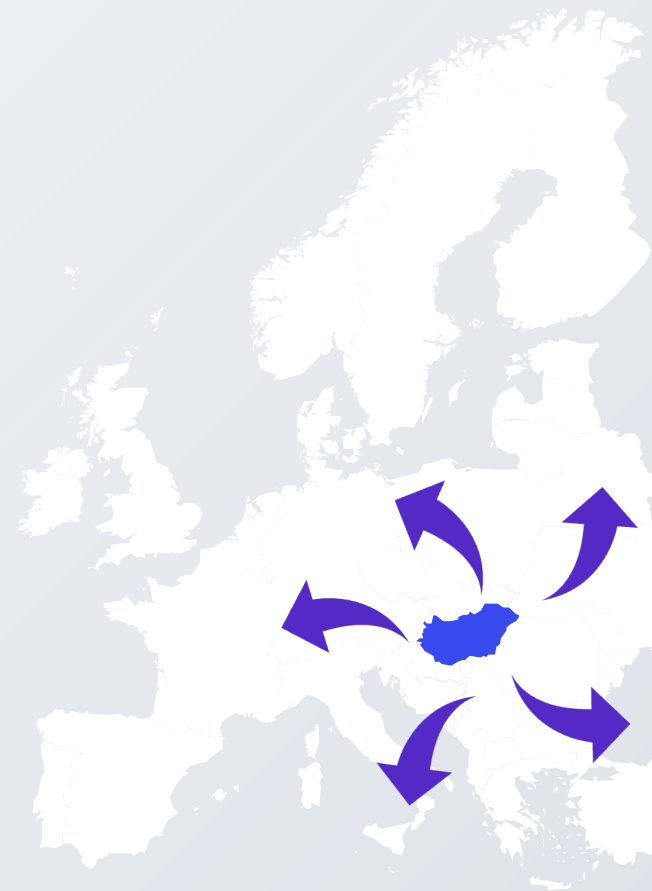
Exportáló kereskedők



Kérdés: Az alábbiak közül, melyik milyen problémát jelent?

1-TŐL 5-IG TERJEDŐ SKÁLÁN MÉRT ÉRTÉKEK 1: Egyáltalán nem probléma – 5: Nagy probléma

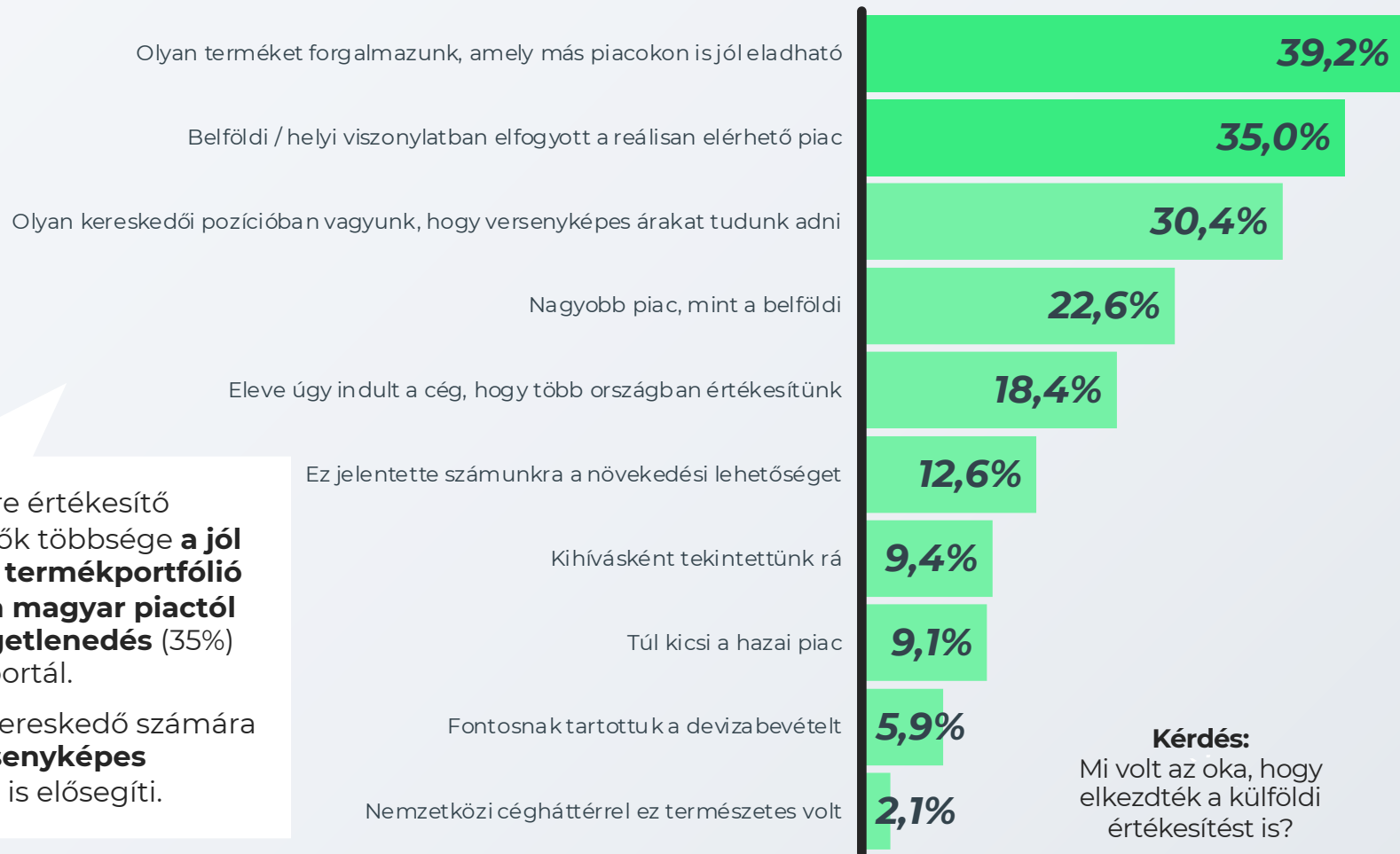
A végső értékek a válaszok **átlagát** jelölik.





Külföldi értékesítés okai

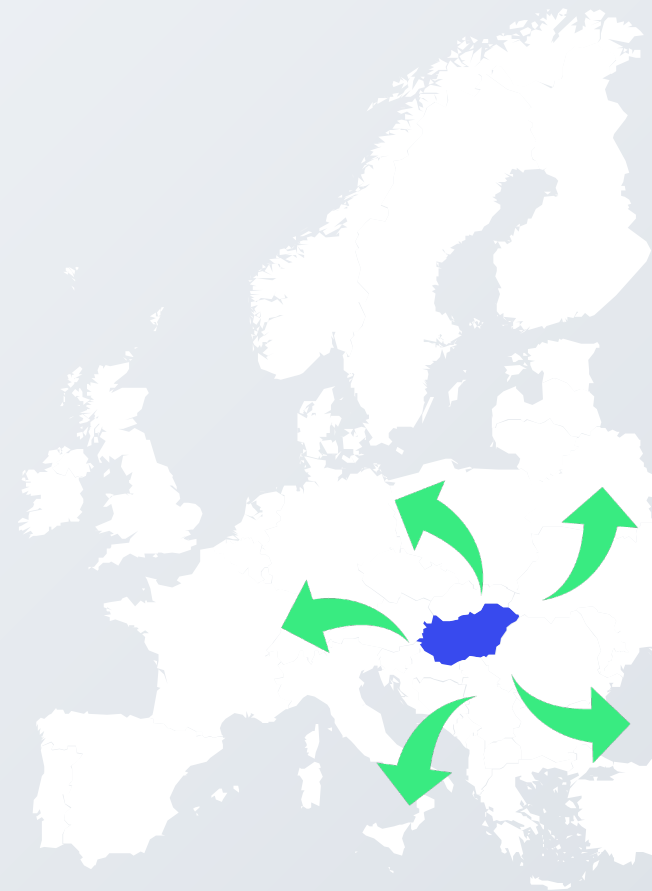
Exportáló kereskedők



A külföldre értékesítő kereskedők többsége **a jól eladható termékportfólió (39%)** és **a magyar piactól való függetlenedés (35%)** miatt exportál.

10-ből 3 kereskedő számára ezt a **versenyképes árképzés** is elősegíti.

Kérdés:
Mi volt az oka, hogy elkezdték a külföldi értékesítést is?



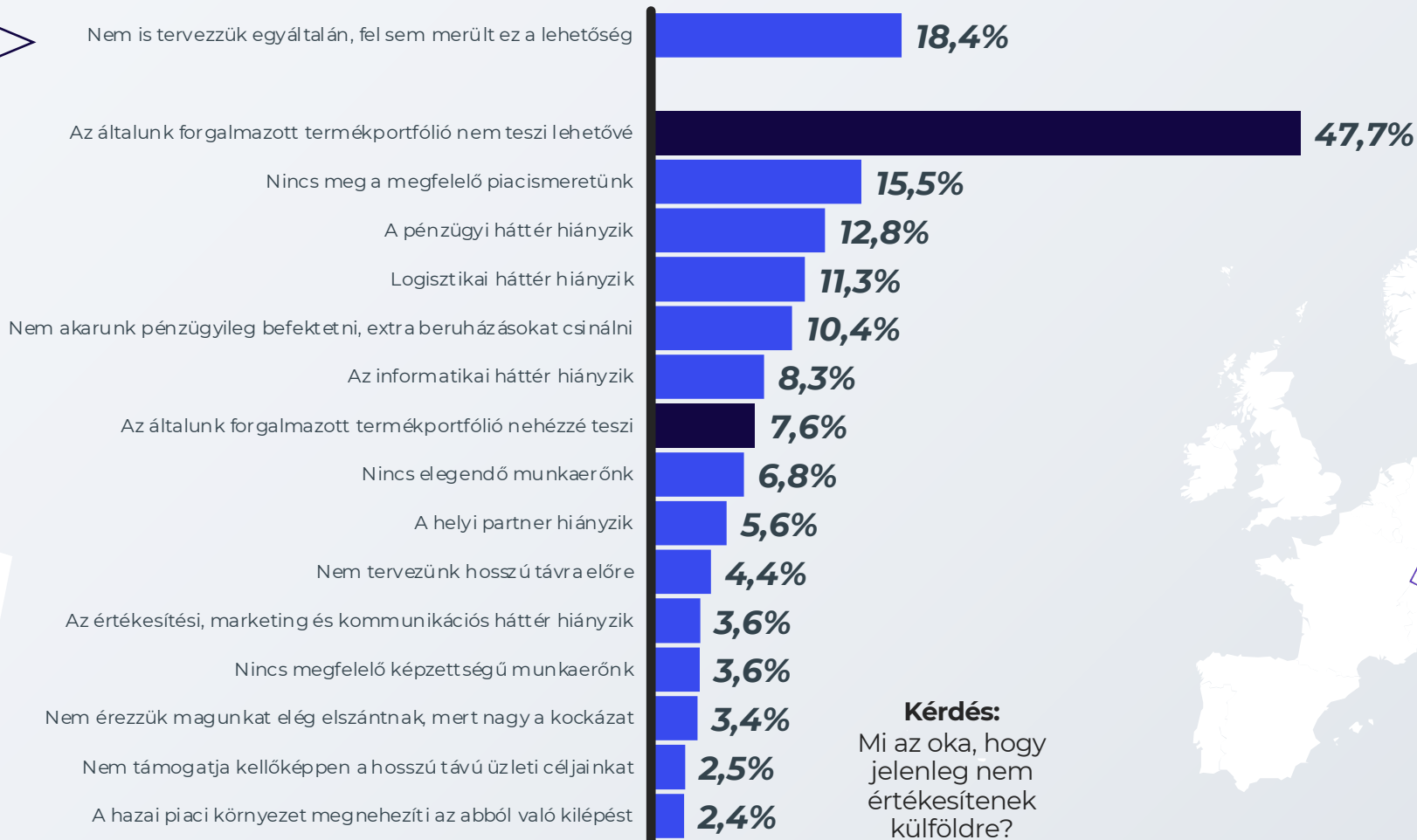


A távolmaradás okai a külföldi értékesítéstől

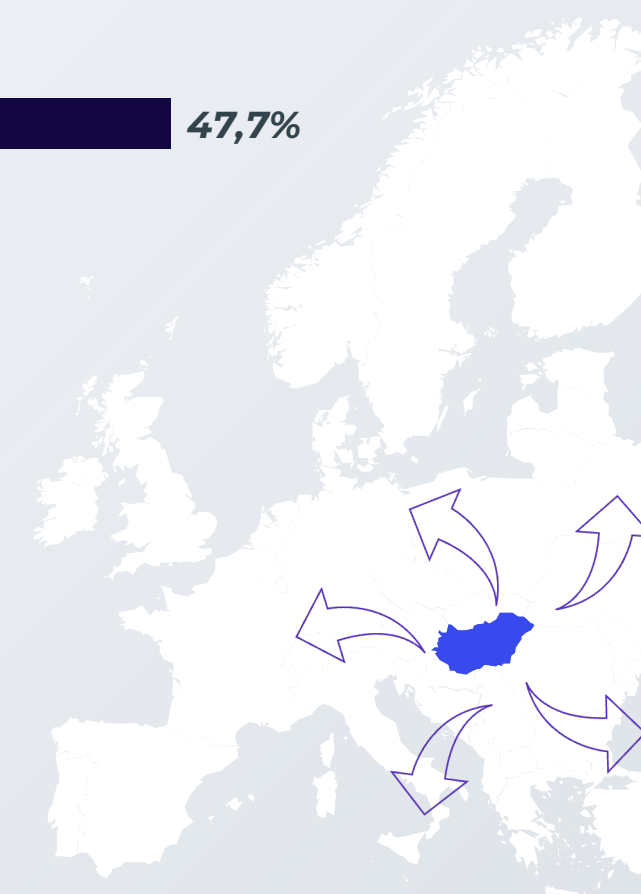
A nem exportáló kereskedők közel ötödénél **nincs olyan külső tényező**, ami a külföldi értékesítés gátló tényezője lenne.

Az **exportnak jelentős gátja**, hogy a kereskedelemben kapható termékek nagy része importból származik és nem saját, egyedi termék – a kereskedők ezért úgy gondolják, hogy felesleges vele más piacra lépni, hisz ott ugyanúgy elérhető, beszerezhető. **A legtöbb és legtöbbet exportáló kereskedő általában vagy a maga területén piacvezető, vagy saját termékeket is értékesít. Ezzel együtt egyáltalán nem biztos, hogy valóban nem alkalmas az adott termékportfólió, vagy akár csak egy része exportra (ezt azonban a kereskedők nehezen tudják felmérni, megítélni).**

Nem exportáló kereskedők



Kérdés:
Mi az oka, hogy jelenleg nem értékesítenek külföldre?





Miért nem alkalmas a termékportfólió exportra?

Azon kereskedők körében, akiknél nem alkalmas a termékportfólió az exportra

A termékek nem olyanok, amit exportálni lenne érdemes

39,9%

Nem tudnánk versenyképes árat adni

35,4%

A termékportfóliónk nem versenyképes külföldön

32,0%

Import termékeket forgalmazunk

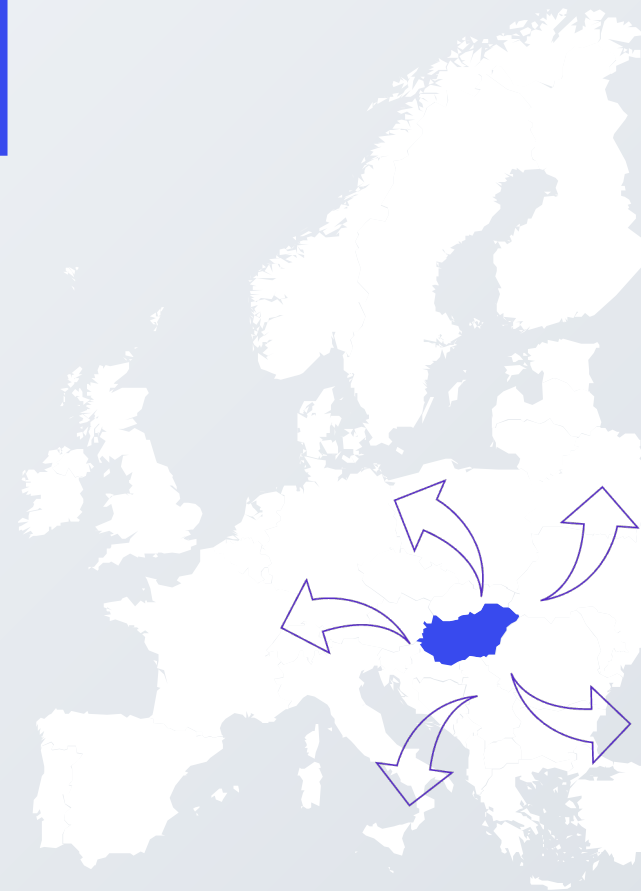
25,4%

A termékeket csak lokalizáció után lehetne exportálni

4,8%

Kérdés:

Mi az oka, hogy a termékportfólió nem alkalmas külföldre értékesítésre?





Mi hiányzik az export értékesítéshez?

Azon kereskedők körében, akik jelenleg nem exportálnak, de a jövőben tervezik

Nincs megfelelő emberállomány, aki releváns tapasztalattal rendelkezik

41,8%

Nem tudjuk, hogy lehetne hozzálátni

40,4%

Nincs megfelelő emberállomány, aki beszél idegen nyelven

33,0%

Nem ismerjük a külföldi adózás szabályait

25,5%

Nem alkalmas erre a webáruházunk

16,9%

Nem tudjuk, hogyan lehet elérni a külföldi vevőket

14,0%

Nem tudjuk kitől tudnánk segítséget, tanácsot kérni

13,4%

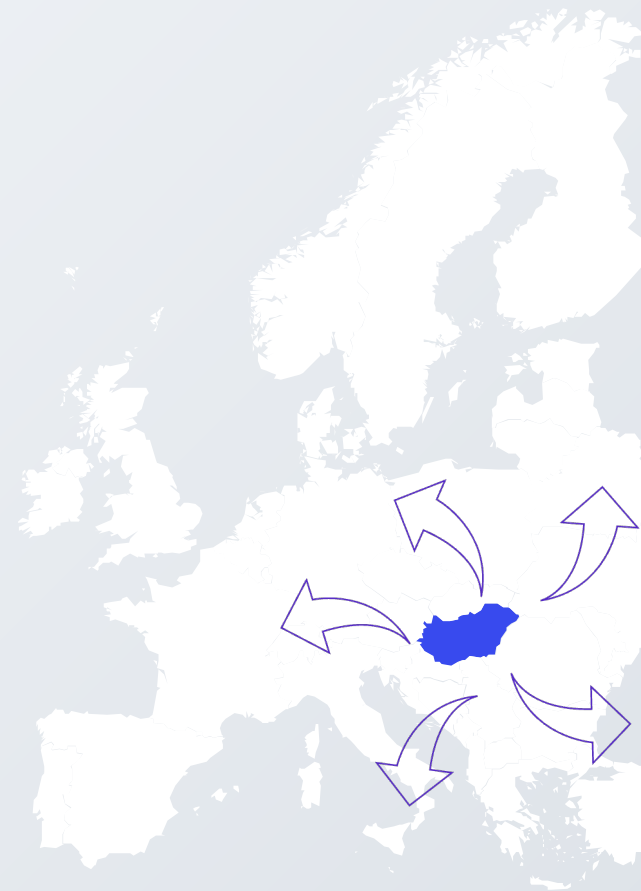
Nem tudjuk megoldani a garanciális kérdéseket

9,4%

A sikeres export elindítását főként **két tényező korlátozza:**

- hiányzik a releváns tapasztalattal rendelkező munkaerő (42%);
- és a megfelelő szakmai tudás (40%).

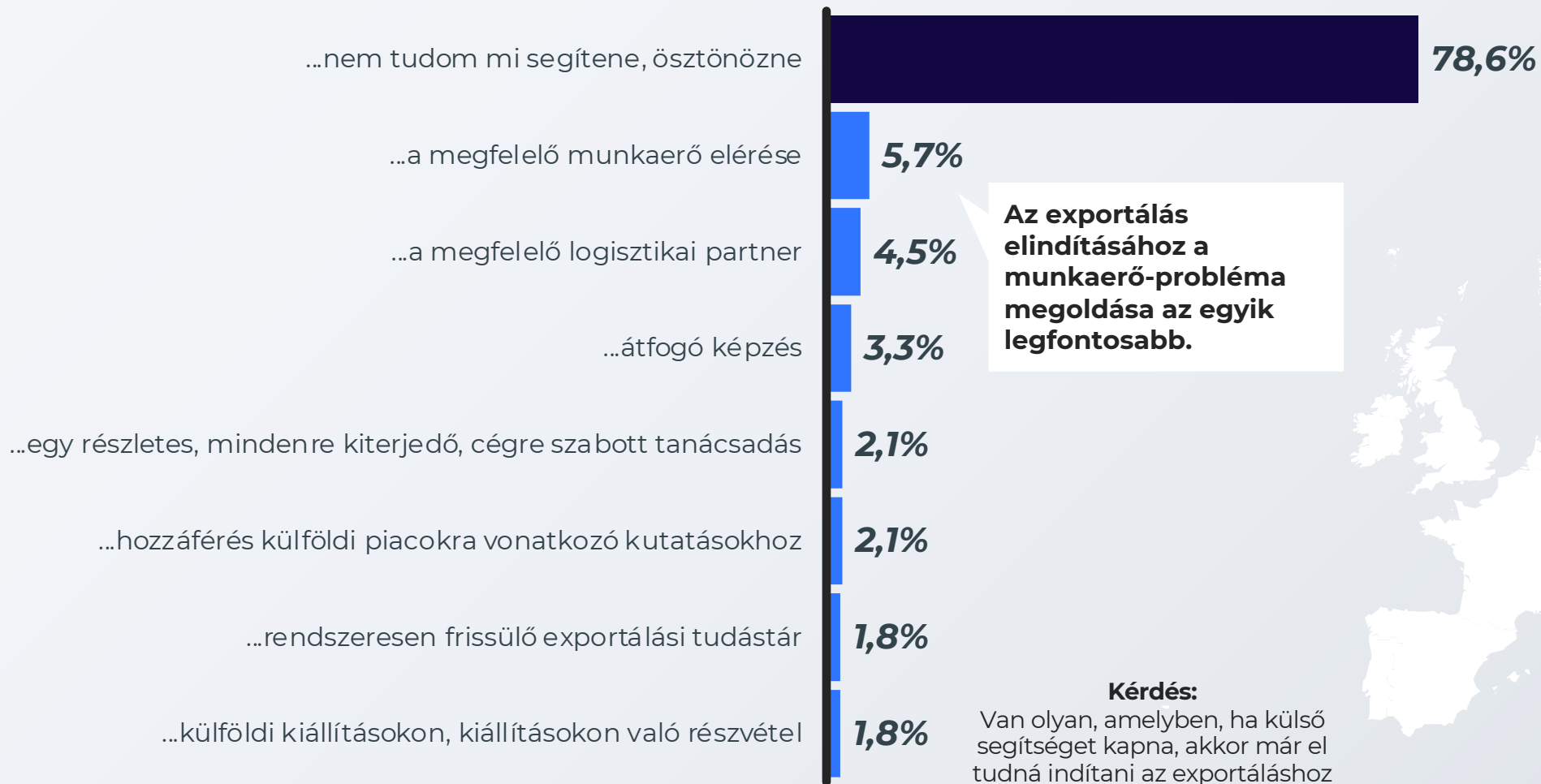
Kérdés:
Milyen tudás hiányzik a cégből a sikeres export elindításához?





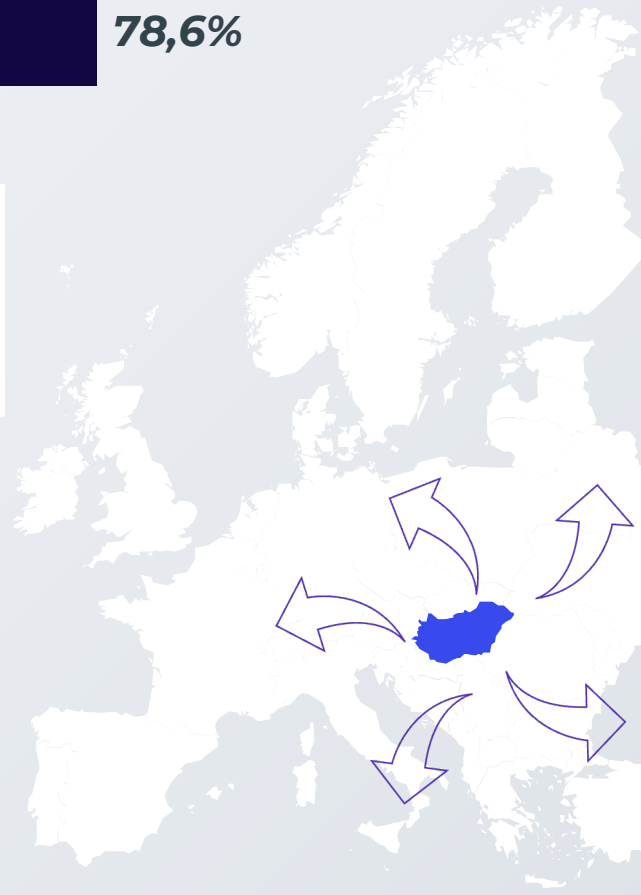
Mi segítené az export elindítását?

Azon kereskedők körében, akik jelenleg nem exportálnak, de a jövőben tervezik



Az exportálás elindításához a munkaerő-probléma megoldása az egyik legfontosabb.

Kérdés:
Van olyan, amelyben, ha külső segítséget kapna, akkor már el tudná indítani az exportáláshoz vezető folyamatot?

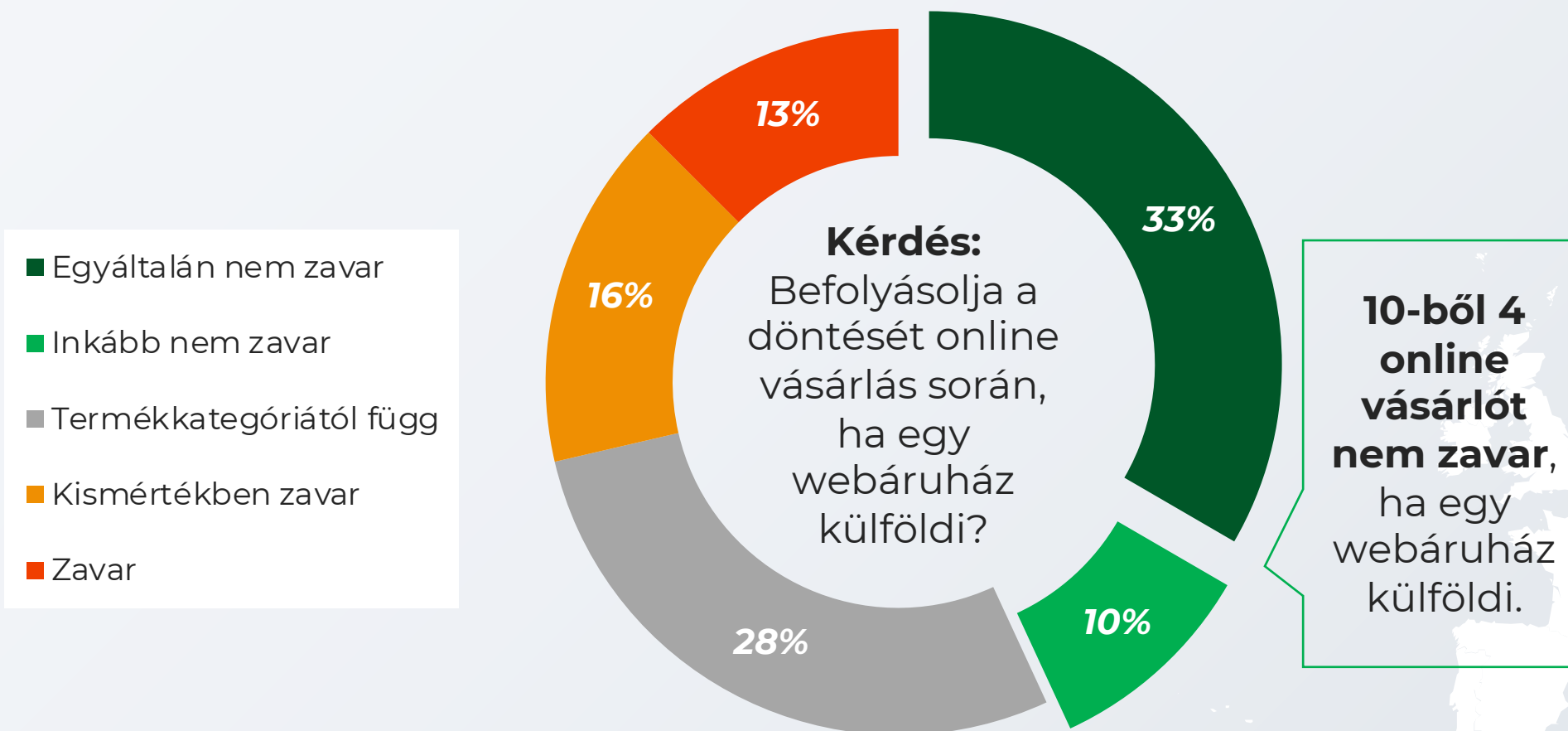


Vásárlói elvárások



Befolyásolja az online vásárlást, ha egy webáruház külföldi?

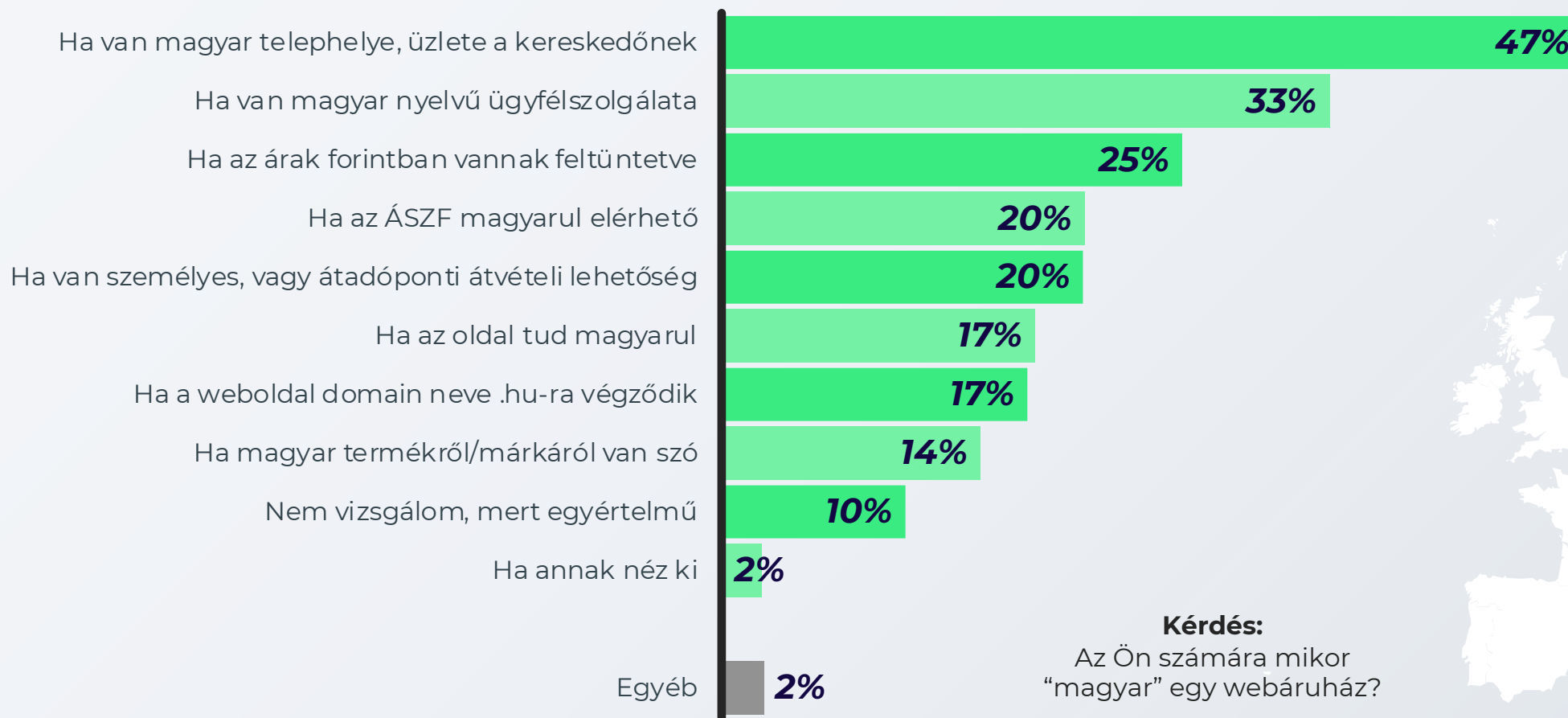
Online vásárlók = 100%





Mitől magyar egy webáruház?

Online vásárlók = 100%



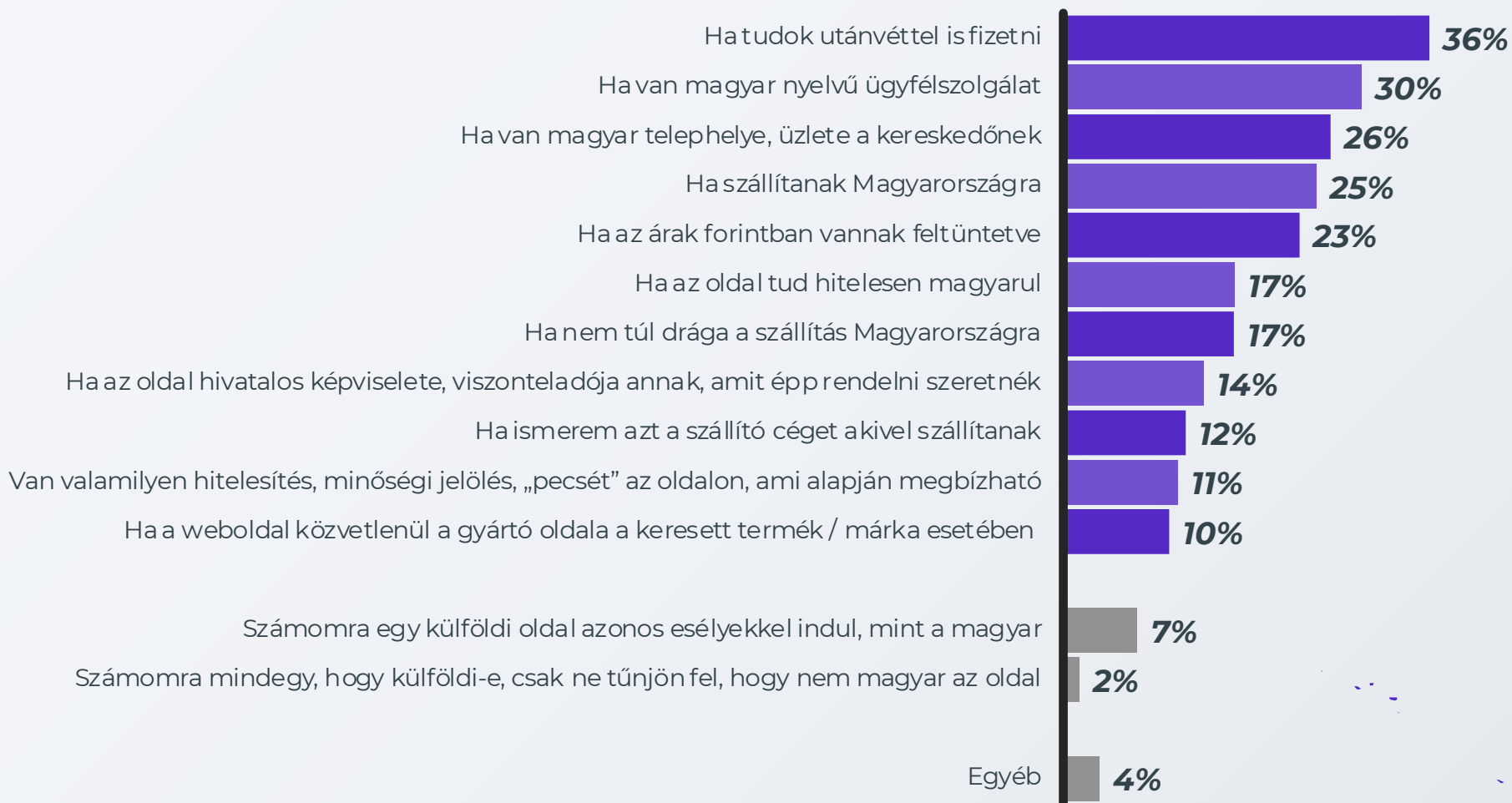
Kérdés:
Az Ön számára mikor
"magyar" egy webáruház?





Mitől megbízható egy külföldi webáruház?

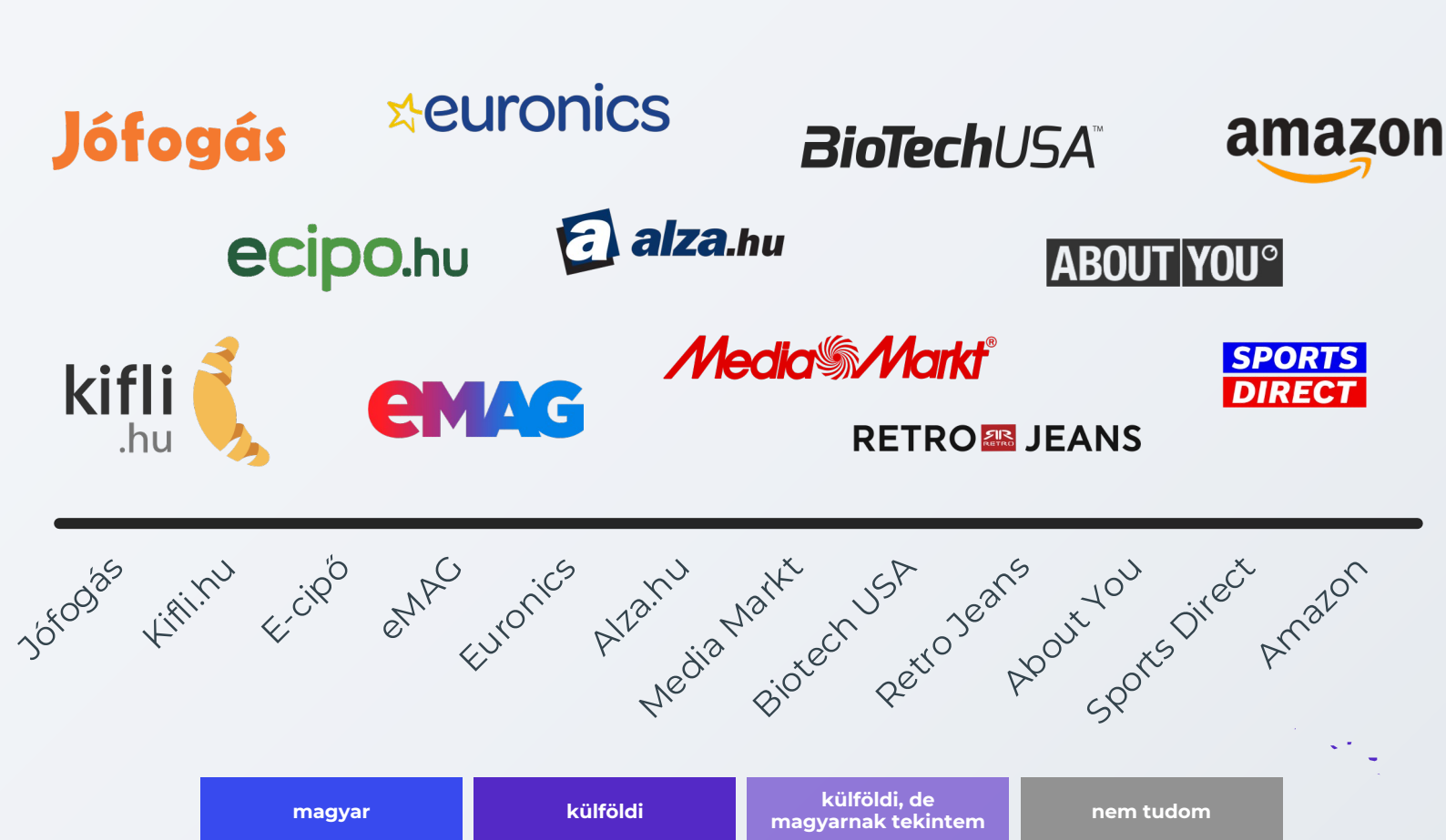
Online vásárlók = 100%





Melyik webáruház magyar?

Online vásárlók = 100%



N = 6042 fő



Melyik webáruház magyar?

Online vásárlók = 100%

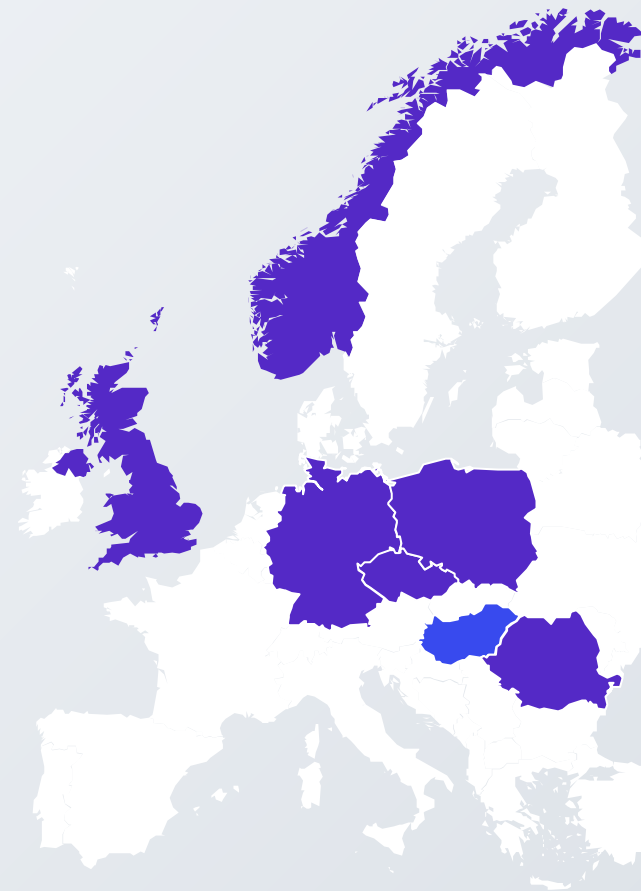
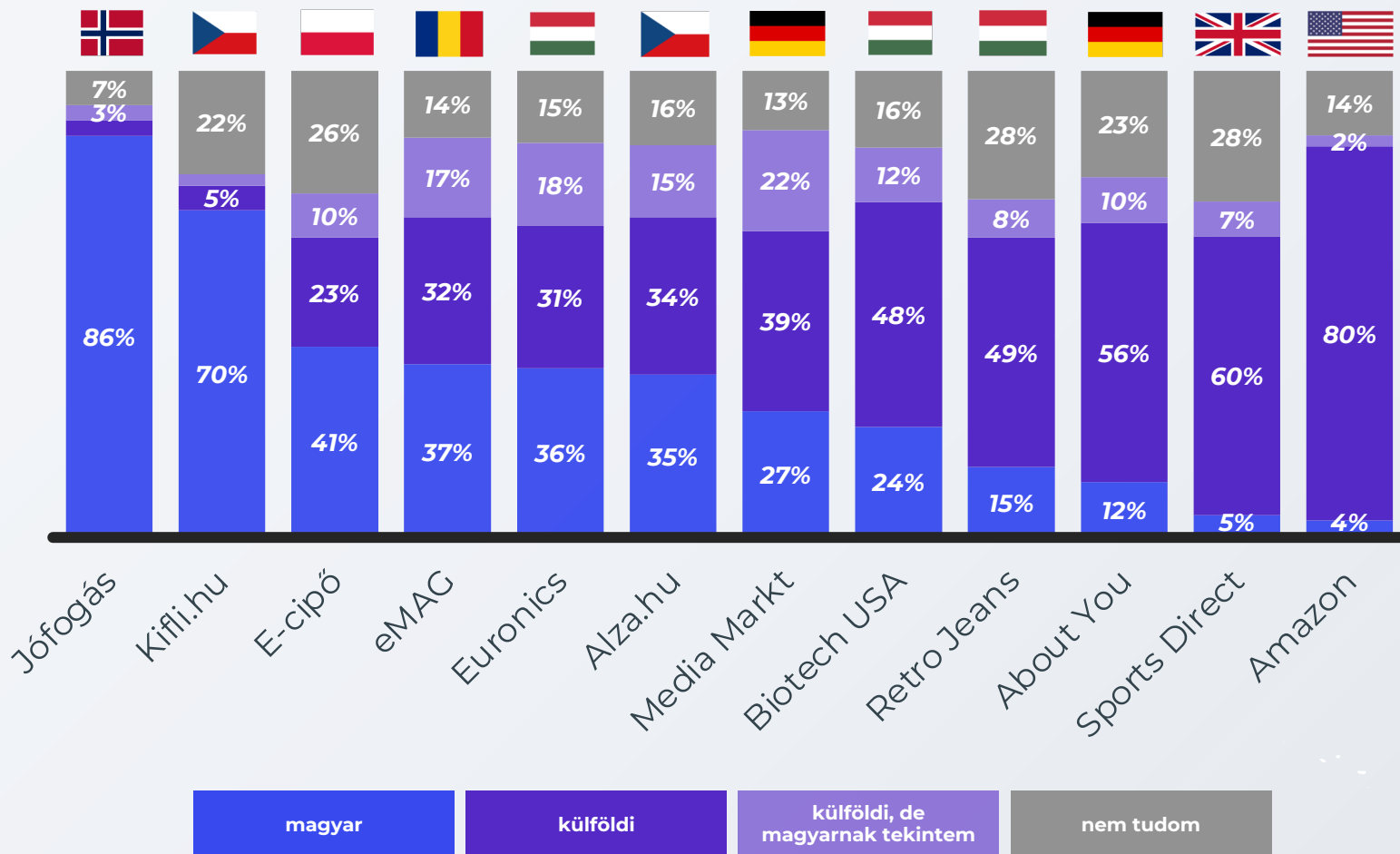


Kérdés: Az alábbi webáruházak közül Ön szerint melyik magyar?



Melyik webáruház magyar?

Online vásárlók = 100%



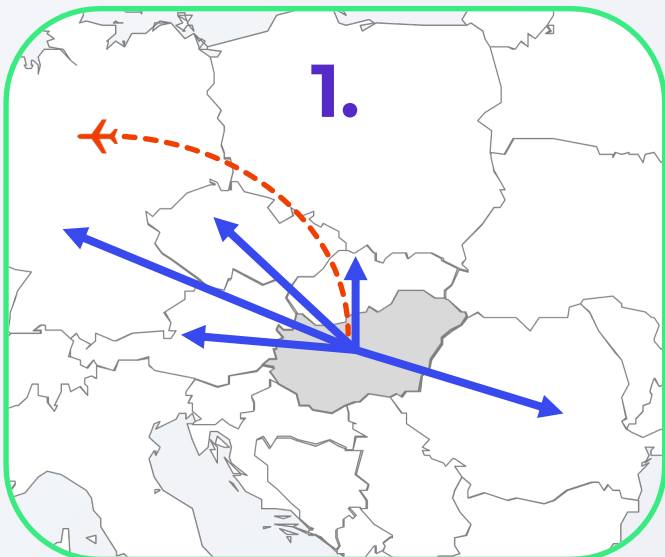
Kérdés: Az alábbi webáruházak közül Ön szerint melyik magyar?

Tapasztalatok



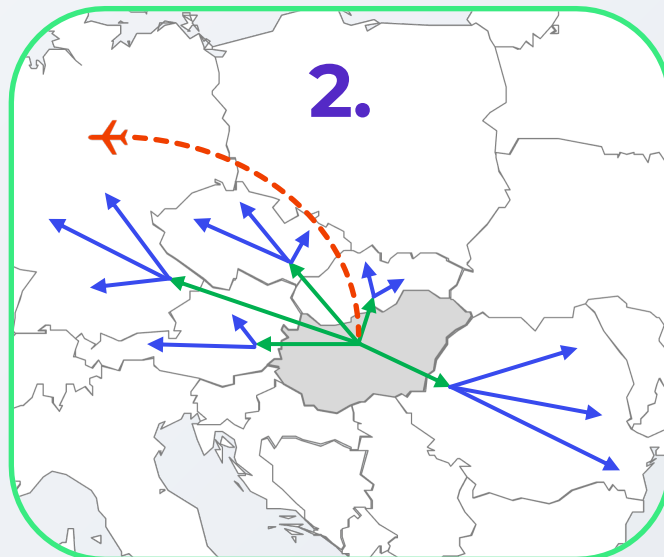
A leggyakoribb export stratégiák

NEMZETKÖZI TERJESZKEDÉS



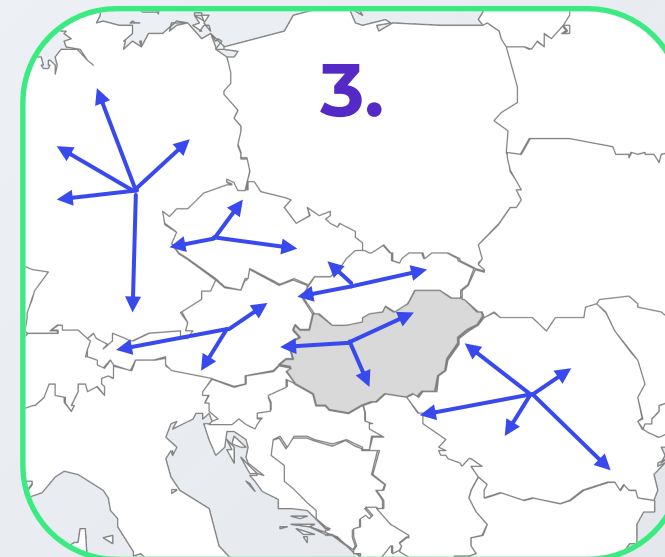
MAGYARORSZÁGI OPERÁCIÓ

- Magyar szervezet
- Magyarországi csomagfeladás
- A leggyakoribb export modell
- Lassabb és drágább közúti szállítás vagy expressz (légi) szállítás



MAGYARORSZÁGI OPERÁCIÓ ÉS HELYI HUBOK

- Magyar szervezet, helyi munkavállalókkal
- Saját „ráhordó” áruszállítás
- Saját gyártású termékeknél gyakori
- Lassabb és drágább szállítás vagy expressz (légi) szállítás



MAGYAR KÖZPONT + LOKÁLIS OPERÁCIÓ / LEÁNYVÁLLALAT

- Magyar központ
- Külön, helyi leányvállalatok és operáció
- Részben, vagy egészben helyi beszerzés
- Gyorsabb és olcsóbb belföldi szállítás
- Beruházás igényes



Magyarország adottságai kiskereskedelmi export tekintetében

ERŐSSÉGEK

- Az ország **adottságai, infrastruktúrája kiválóak** export szempontjából – Európa közepén helyezkedik el, alig néhány óra alatt elérhetők a szomszédos országok legközelebbi logisztikai elosztó hub-jai.
- A **pénzügyi rendszerek** fejlettek, a Kelet-Európa más piacain is bevett utánvét, a hazai kereskedőknek se jelent problémát.

GYENGESÉGEK

- **Versenyhátrány** a hazai vállalkozások számára, hogy az euró, valamint a dollár árfolyam kiszámíthatatlanná teszi az operációt – nem mindegy, melyik devizában merülnek fel a költségek és miben érkezik a bevétel.
- A magyar kereskedők jelentős része **import terméket értékesít**.

- Alapvetően ezek külföld értékesítése nem jelentene problémát, de a hazai méretek versenyhátrányt jelentenek a **beszállítóknál**, így kevés esetben kapnak olyan árat, ami kedvezőbb, mint a nagyobb, nyugati cégeké.
- A saját termékeket kínáló cégek export törekvéseit pedig sokszor **korlátozzák** a nagykereskedelmi, bérnyújtási, valamint külföldi partneri szerződések.
- A hazai vállalkozások **„félnek” a külföldi, ismeretlen piacoktól**.
- **Nehezen boldogulnak** az operációhoz szükséges **munkaerő** megtalálásával, a **szervezet több nyelvűvé tételével**, valamint az exporthoz kötődő **logisztikai, marketing feladatokkal**.





Következtetések

- Az online értékesítés és az **export logisztikai kihívás** és **méretgazdaságossági kérdés**.
 - **Nem csak saját termékkel lehet exportálni**, piaci termékek is értékesíthetők.
 - Fontos **előre meghatározni** a piacra lépés folyamatára szánt **keretösszeget**.
 - Az exportra jó kezdőmegoldás a célország valamelyik **marketplace** szolgáltatója.
 - Az exporttól való **félelem** a legtöbb esetben **nem valós**.
 - **Nem elegendő egy jó weboldal**, a márka és a weboldal nem lehet „idegen”
 - **Fontos a megfelelő logisztikai partner.**
 - **A legkritikusabb a képzett munkaerő megtalálása, valamint a helyismeret.**



Köszönjük a figyelmet!

További kérdés kapcsán látogassa meg a **dksz.hu** weboldalt, vagy vegye fel velünk a kapcsolatot az **info@dksz.hu** címen.