

Biztató a magas üzleti potenciállal bíró hazai kkv-k digitalizáltsága

A vizsgált kkv-k jelentős része intenzív, többcsatornás online jelenléttel bír és nyitott az innovatív megoldásokra is – derül ki az UniCredit Bank és az Inspira Research közös, a hazai kis- és középvállalkozói szektort elemző reprezentatív Üzleti Potenciál kutatásából. A céges honlap alap, a webshop, a hírlevelek és a bankkártyás fizetési rendszer is egyre gyakoribb, de egyes jövőtechnológiákkal kapcsolatban még óvatosan nyilatkoznak. A legnagyobb fejlesztéseket a vállalatirányítási, számlázási, logisztikai és ügyfél-nyilvántartási rendszerek terén tervezik.

Az UniCredit Bank és az Inspira Research reprezentatív kutatás* keretében kis- és középvállalkozások cégvezetőivel vagy tulajdonosaival készített interjúkat. Technológiai újításokról, innovációról és digitalizációról is kérdezték az 51 millió és 1,5 milliárd forint közötti éves árbevétellel rendelkező kkv-k (kb. 77 000 cég) közül azokat (kb. 20 000 cég), amelyek jelenlegi piaci helyzetük és teljesítményük, innovációs terveik és jövőbeni várakozásaik alapján **a legmagasabb üzleti potenciállal** rendelkeznek.

Innováció=technológiai újítás?

A magas üzleti potenciállal – főleg a *magasabb árbevétellel is* - rendelkező kkv-k „szűken” értelmezik az innováció fogalmát, és csak az olyan, **technológiai újításon** alapuló megoldásokat tekintik innovációnak, mint amilyen például egy CRM rendszer fejlesztése. Az olyan területeket, mint a cégen belüli kommunikáció fejlesztése és a humánerőforrás tervezése szintén innovációs területnek tekintik, de az elmúlt években ezek automatizálására és digitalizációjára még nem került sor.

Milyen a magas üzleti potenciállal bíró kkv-k digitális jelenléte?

A legnagyobb üzleti potenciállal rendelkező cégek többcsatornás és intenzív online jelenléte kimagasló. Vállalati **honlapja (85%)** szinte minden vállalkozásnak van, de használják az online platformokat, főleg a **Facebookot (68%)** és elterjedőben van már a **LinkedIn (23%) is**. Saját vagy bérelt online webáruházat a cégek 26%-a működtet, és 8%-uknak saját blogja is van.

A kutatásból az is kiderült, hogy a **családi vállalkozások számára kiemelten fontos, presztízsértékű és szinte szívügy a céges honlap**. Feltűnő, hogy az általuk működtetett weboldal mennyivel nagyobb tudású. Ők szinte minden tipikus céges honlapfunkciót nagyobb arányban építenek bele a honlapba, mint a nem családi vállalkozások. **A nem családi vállalkozások a családi vállalkozásokhoz képest nagyobb hangsúlyt fektetnek a LinkedIn-jelenlétre.**

Nagyobb árbevételű cégeknél a honlapon lényegesen gyakoribb funkció az üzletkereső, az online árlista, illetve a cégről megjelent cikkgyűjtemény. A legpotensebb (diamond) cégek gyakrabban publikálják céges adataikat, közölnek árlistát, de ritkábban alkalmaznak hírleveleket, illetve sajtóközlemény-gyűjteményt.

Egy magas potenciálú kkv honlapja az alábbiakat tudja:

- 90%-uknál megtekinthető a szolgáltatás- vagy termékválaszték
- 60%-uknál részletes leírást olvashatunk a termékekről vagy szolgáltatásokról
- 60%-uknál feliratkozhatunk hírlevélre
- 39%-uk esetén fizethetünk kártyával a webáruházon keresztül

- 32%-uk kezeli az összes megrendelést
- 29%-uknál elolvashatjuk más vásárlók véleményeit
- 29% esetén véleményt, hozzászólást írhatunk a termékről

Milyen a kvk-k fintech-hez való viszonya?

A magas üzleti potenciállal bíró vállalkozások **45%-a** hallott már vagy van elképzelése a fintechről (nem banki online fizetésről), de csak 10%-uk használja és további 20%-uk tervezi a jövőben hosszú távon használni. A fő korlátot az jelenti, hogy az előzőekkel ellentétben az ügyfelek mindössze 7%-a lenne hajlandó hozzáférést is biztosítani banki, pénzügyi, könyvelési adataihoz – vagyis a szenzitív adatokhoz. A fintech használatával szemben a fő aggályt az jelenti, hogy a cégeknek csak nagyon kis hányada (5-10%-a) lenne hajlandó egy külső, nem banki online szolgáltató részére megadni a banki és könyvelési adatait.

A nem családi vállalkozások közel fele ismeri a fintech szolgáltatást, a családi vállalkozásoknál ez az arány valamivel kisebb: 41%. A különbség inkább abban van, hogy a nem családi vállalkozások 15%-a már használja is ezt a nem banki fizetési megoldást, a családi vállalkozások viszont egyáltalán nem.

Milyen fejlesztéseket terveznek a kvk-k következő öt évben?

A *családi vállalkozásoknak* nyilvánvalóan minden beruházást, innovációt alaposan át kell gondolni, és ez meg is látszik visszafogott modernizációs politikájukban. A *nem családi vállalkozások* digitalizációs igénye ezzel szemben hatványozottabban jelen van a **logisztikai** nyilvántartások, a vállalati **pénzügyi** tervezés, a **számlázási** rendszer, a **készlet-** vagy **raktárkezelő**, és a **vállalatirányítási** rendszerek terén.

A magas üzleti potenciállal bíró vállalkozások a következő öt évben főképp a

- termék- és szolgáltatásfejlesztés korszerűsítése, új termék létrehozása (39%)
- előállító folyamatok fejlesztése (37%)
- ügyfélnyilvántartás, CRM (31%)
- vállalatirányítási rendszer bevezetése (29%)

terén terveznek fejlesztéseket.

A nagy árbevételű (700M HUF felett) cégeknek égetően fontos a korszerű, digitalizált vállalatirányítási rendszer telepítése, a kisebb árbevételűek (51-700 M között) inkább az ügyfélnyilvántartásra, CRM rendszerre helyezik a hangsúlyt.

„A kutatási eredmények alapján derűlátók vagyunk: a kvk-k sokat hangoztatott online lemaradását mi nem tapasztaljuk, sőt, a magas üzleti potenciállal bíró kvk-k 85%-os honlap-penetrációját, egyre elterjedtebb közösségi média használatát és erős innovációs, digitalizációs hajlandóságát nagyon biztatónak találjuk. A cégek egyre tudatosabbak, hosszabb távon terveznek. Főleg a kisebb (51-100 M HUF bevételű) cégek esetében látjuk, hogy rendkívül gyorsan nőnek, high-tech megoldásokra is nyitottak, és az innovációs-digitalizációs platformokon is arra törekednek, hogy rendszereik, kommunikációs csatornáik, céges kultúrájuk a lehető legnaprakészebb legyen, ügyfélélményben pedig a maximumot nyújtsák” - mondta el Bolyán Róbert, az UniCredit kis- és középvállalkozási üzletág igazgatója.

***Üzleti Potenciál kutatás (UniCredit Bank – Inspira Research, 2018)**

Új megközelítéssel készült nagy mintás, a hazai kis-és középvállalkozói szektorra országosan reprezentatív kutatás az 51 millió és 1,5 milliárd forint közötti éves árbevételű cégek terveiről és kilátásairól. A kutatás a kkv szektor hagyományos elemzésében új fejezetet nyit: nem az éves árbevétel alapján rangsorolja a cégeket, hanem előremutató szempontrendszer szerint, innovációs fókusszal vizsgálja a vállalatokat. A hazai kis- és középvállalkozásokat öt, úgynevezett potenciálszegmensbe – nagyon alacsony, alacsony, közepes, arany és gyémánt potenciálú csoportba - sorolták a jelenlegi piaci helyzetük megítélése, a jövőképük és az innovációs hozzáállásuk alapján. Az optimistább és magas üzleti potenciállal bíró kkv-kat mélyebb elemzésnek is alávetették, az arany és gyémánt potenciálszegmensbe a meginterjúvált kkv-k egynegyede, kb. húszszer hazai kis- és középvállalkozás tartozik.

A kutatásról bővebben: https://www.unicreditbank.hu/content/dam/cee2020-pws-hu/Rolunk/sajtokozlemenyek_magyar/Sk_UniCredit_Inspira_Research_KKV_kutatas.pdf

További információ:

Károlyi Gabriella, Kommunikációs vezető

gabriella.karolyi@unicreditgroup.hu

UniCredit Bank Hungary Zrt.

Az UniCredit

Az UniCredit sikeres páneurópai kereskedelmi bank, amely teljesen integrált vállalati és befektetési banki szolgáltatásaival, valamint egyedülálló nyugat-, közép- és kelet-európai hálózatával áll széles ügyfélköre rendelkezésére.

Az UniCredit kínálatában a helyi és a nemzetközi szakértelem egyaránt elérhető ügyvelei számára, akiknek globális támogatást nyújt páratlan, 14 országra kiterjedő fő piacainak vezető bankjain keresztül és további 18 országban világszerte. Az UniCredit európai bankhálózata Olaszország, Németország, Ausztria, Bosznia-Hercegovina, Bulgária, a Cseh Köztársaság, Horvátország, Magyarország, Oroszország, Románia, Szerbia, Szlovákia, Szlovénia és Törökország piacára terjed ki.