

FIW-Research Reports 2012/13 N° 05
June 2013

Executive Summary

Pattern, Determinants and Dynamics of Austrian Service Exports – A Firmlevel Analysis

Yvonne Wolfmayr, Elisabeth Christen and Michael Pfaffermayr

Abstract

Most firm-level research on the characteristics and strategies of globalized firms focuses on manufacturing industries while firm-level evidence on trade in services is still rare and has just recently begun to emerge. This study uses an unique dataset of Austrian service exporting firms over a four-year period to add to this literature. We show that service export participation is very low and highly concentrated among a few firms and that service exporters are on average larger and more productive than non-exporters. We also find that firm productivity increases with the number of export markets served. The detailed analysis on the export premium suggests the self-selection of firms as well as learning effects from exporting for export starters. The dynamic analysis reveals that the rate of export exits is high for export starters in the first year of exporting, especially for firms of small size. Movements into and out of exporting are however less frequent than moving in and out of individual markets. Entry and exit of markets (extensive margin) is an important component of overall export flows, especially for less popular markets, overall, however the intensive margin of trade contributes most. Analysis based on a Heckman sample selection specification including firm characteristics as well as the standard gravity variables on geographical characteristics of destination markets confirm this finding. In particular, distance to the destination market, firm productivity as well as destination market characteristics (market size, policy environment) significantly influence the probability of exporting but even more so the volume of service trade flows. Results from the counterfactual analysis suggest that export market growth and policy reforms produce the relative strongest impact on the entry into new markets. Hence, this decomposition of overall export growth into contributions attributable to the extensive and intensive margin allow for new insights for economic policy.

Keywords: service trade, firm-level evidence, export productivity premium, intensive and extensive margin of trade, gravity model, firm heterogeneity, sample selection, market coverage

JEL-codes: C 12, C 21, D 22, F 14, L 80, C 15, L 20

The FIW Research Reports 2012/13 show the results of the four topic areas "Micro data and foreign trade", "Modelling the impact of EU Free Trade Agreements", "The economic crisis and international macroeconomics", and "Environment, Environmental Technology and Foreign Trade" that were announced in 2011 by the Austrian Federal Ministry of Economics, Family and Youth (BMWFJ) within the framework of the "Research Centre International Economics" (FIW) and funded by the "Internationalisation Initiative".

Zusammenfassung

Determinanten der Exporttätigkeit und die Wahl der Exportmärkte im Dienstleistungshandel – Eine Analyse auf Basis von anonymisierten Unternehmensdaten der OeNB

Yvonne Wolfmayr (Koordination), Elisabeth Christen, Michael Pfaffermayr

Über die Struktur, die Bestimmungsfaktoren der Exportentscheidung sowie die Höhe des Wachstums der österreichischen Dienstleistungsexporte gibt es auf Unternehmensebene bislang kaum empirische Evidenz. Auf Basis von Unternehmensdaten der OeNB, analysiert diese Studie eine Vielzahl von wirtschaftspolitisch interessanten Fragestellungen im generell wenig erforschten Bereich des internationalen Dienstleistungshandels. Diese Datenbasis verknüpft Daten über Dienstleistungsexporte nach Zielländern und Dienstleistungsart aus der österreichischen Dienstleistungserhebung mit Strukturdaten der Unternehmen (Größe, Umsatz, Beschäftigte, Direktinvestitionstätigkeit, Eigentumsverhältnisse sowie Wirtschaftssector) aus der Leistungs- und Strukturhebung sowie mit der Unternehmensdatenbank der OeNB. Sie umfasst rund 160.000 Unternehmen, darunter auch solche, die keinen grenzüberschreitenden Dienstleistungshandel betreiben (Nicht-Exporteure).

Die Analyse zeigt einen sehr geringen Anteil von exportierenden Unternehmen und eine starke Konzentration des Auslandsumsatzes auf wenige (größere) Dienstleistungsexporteure. Ein Anteil von nur 3,5% der Unternehmen ist im Dienstleistungshandel tätig, der Anteil der exportierenden Unternehmen beträgt 2,9%. Dies ist wesentlich geringer als die Partizipationsrate im Warenaußenhandel und im Warenexport Österreichs (17,4% und 11,1%) und lässt sich auf höhere Eintrittskosten im Dienstleistungshandel und die unterschiedliche Handelbarkeit der "Produkte" zurückführen. Der produzierende Sektor spielt mit einem Anteil von rund 16% am Gesamtvolumen der Dienstleistungsexporte eine nicht unwesentliche Rolle. Dies ist ein Zeichen, dass Dienstleistungen nicht nur wichtige Vorleistungen für die Produktion darstellen, sondern auch vermehrt im Export von Industrieprodukten als Instrument zur Produktdifferenzierung und als Wettbewerbsfaktor (Planung und Beratung, Instandhaltung, Schulungen des Kunden, Wartung, Produktentwicklung usw.) genutzt werden.

Die hohe Exportkonzentration ist keine Besonderheit des österreichischen Dienstleistungshandels. Sie wurde auch für den österreichischen Warenexport sowie für den Dienstleistungsexport in anderen Ländern nachgewiesen. Die Top-1% der Dienstleistungsexporteure erwirtschaften 47,3% der Gesamtexporte, die Top-5% mehr als 70%.

Exportierende Unternehmen unterscheiden sich systematisch von Nicht-Exporteuren: Sie sind größer und produktiver. Die Literatur bezeichnet diese Produktivitätsvorteile als Exportprämien. Die detaillierte Analyse lässt auf eine "Selbstselektion" der produktivsten Unternehmen (die

Effizienz der Unternehmen bestimmt die Exportentscheidung), aber auch auf Lerneffekte für Neuexporteure durch die Exporttätigkeit schließen. Darüber hinaus steigen die Produktivität und die Unternehmensgröße der Exporteure mit der Anzahl der Auslandsmärkte, die sie bedienen. Politische Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität sowie des Wachstums von Unternehmen stellen damit ein effektives wirtschaftspolitisches Instrument dar, um die Exportpartizipation im Dienstleistungshandel zu erhöhen, aber auch um den Marktradius der exportierenden Unternehmen zu erweitern. Effizienz und Unternehmensgröße sind auch entscheidende Faktoren für die Festigung des Exportstatus von Erstexporteuren ("Überlebensrate") und für die Vertiefung von Exportbeziehungen. "Überleben" und "Vertiefung" sind andererseits wichtige Voraussetzungen für die Verwirklichung von Lerneffekten der Erstexporteure und das Gesamtwachstum des Dienstleistungsexports.

Aus der dynamischen Analyse wird ersichtlich, dass der Anteil von Unternehmen, die aus dem Export wieder ausscheiden, bei Neuexporteuren und kleinen Unternehmen speziell im ersten Jahr des Exports am höchsten ist (28%). Die Austrittsrate sinkt bereits im zweiten Jahr deutlich auf rund 10%. Generell zeigt sich aber eine sehr hohe Persistenz des Exportstatus mit einer sehr geringen Wahrscheinlichkeit des Übertritts vom Status des Nicht-Exportierens in den Exportstatus (0,16%). Der Ein- bzw. Austritt in bzw. aus einzelnen Exportdestinationen ist wesentlich dynamischer als dieser Wechsel des Exportstatus. Der Markteintritt bzw. Marktaustritt von Exporteuren trägt speziell in weniger traditionellen Exportdestinationen nicht unwesentlich zur Gesamtexportentwicklung bei. Allerdings ist das Exportwachstum generell zum größten Teil auf die Intensivierung schon bestehender Exportaktivitäten von Unternehmen zurückzuführen.

Die ökonometrische Untersuchung des Gravitationsmodells auf Unternehmensebene unterstreicht die Bedeutung von Produktivitätsunterschieden zwischen Unternehmen und die Selbstselektion der produktivsten Unternehmen in den Exportstatus. Sowohl die Entscheidung einen bestimmten Exportmarkt zu bedienen, als auch die Höhe des Exportvolumens werden positiv von Unternehmensgröße und Produktivitätsmerkmalen beeinflusst. Darüber hinaus sind geographische Merkmale und spezifische Charakteristika der Zielländer, wie Marktgröße und regulatorische Hemmnisse, wesentliche Einflussgrößen für die Wahl des Exportmarktes, besonders jedoch für das Exportvolumen bestehender Handelsbeziehungen. Simulationsergebnisse verdeutlichen, dass politische Interventionen zur Steigerung der Produktivität und Unternehmensgröße neue Exportbeziehungen in traditionellen, aber auch weniger traditionellen Märkten ermöglichen. Der größte Beitrag zum Exportwachstum bei dieser wirtschaftspolitischen Maßnahme ist auf die Intensivierung bestehender Exportbeziehungen, vor allem in Nachbarländer, zurückzuführen. Hohe Exportpotentiale für österreichische Dienstleistungsunternehmen ergeben sich auch aufgrund eines überdurchschnittlich projizierten Marktwachstums im Extra-EU Raum in den nächsten fünf Jahren. Dies ermöglicht österreichischen Dienstleistungsexporteuren vor allem in neuen und weniger traditionellen Exportmärkten neue Handelsbeziehungen aufzubauen und bestehende Exporte zu vertiefen. Die größten Exportpotentiale könnten sich dabei vor allem

in sehr distanzierten Ländern außerhalb der EU, wie Australien, Brasilien und Neuseeland, aber auch in Schwellenländern, wie Russland, Türkei und der Ukraine, ergeben. Zudem können politische Maßnahmen zur Verbesserung der Regulierungen im Dienstleistungssektor große Auswirkungen auf den Eintritt in neue Märkte bewirken. Die Ergebnisse dieser Analyse weisen darauf hin, dass die Deregulierung von restriktiven Märkten die Exportpartizipation verstärkt, aber auch die Vertiefung bestehender Exportbeziehungen für österreichische Dienstleistungsunternehmen forciert. Zu den derzeit restriktivsten Ländern zählen Polen und die Türkei, und eine Verbesserung der Regulierungen auf das durchschnittliche Niveau des Ländersamples würde die größten Potentiale für österreichische Dienstleistungsexporteure ergeben. Weitere Wachstumspotentiale würde die Deregulierung von Dienstleistungsbranchen in der Slowakei und Tschechien bringen, die gegeben ihrer Nähe und des relativ hohen Exportanteils wichtige Zielmärkte österreichischer Dienstleistungsfirmen sind.