ships, fellowships and reciprocal missions of Central European policy-makers and Japanese economists with industrial policy-making backgrounds help the development of this human resource. The experience of Japanese businessmen and managers working in foreign operations is also recognised as a valuable source of knowledge transfer. Moreover, agencies of the Japanese government carefully observe how these initiatives are received, and consider them an important criterion for deciding where and when to allocate official financial assistance.

Finally, the main lesson to be learnt from the tentative growth of Japanese involvement in Central Europe is that the wait and see approach may be an affordable luxury for Japanese international business, but Central European countries are not in a position to hesitate or relax. They have to make considerable efforts to create a domestic environment for the inward investor which is stable, welcoming and profitable, and to do this at the same time for locally-owned enterprises. In short, the investment climate which is required to attract foreign capital clearly requires an economy and society which is agreeable both to live in, and to work in.

Author: Research Adviser, KOPINT-DATORG

ÖSSZEFOGLALÓ

Japán szerepe Közép-Európában, egy „feljövő" multipoláris világban

Az 1970-es években, az enyhülés irányzatával párhuzamosan kezdte az öt kis KGST-ország megnyitni gazdaságát a Nyugat előtt, s a potenciális hitelforrások között a japán bankok is ott voltak. A kereskedelmi és pénzügyi kapcsolatok a nyolcvanas évek közepétől élénkültek meg újra. Azonban 1990-ben az öt kis KGST-országba irányuló export a japán kivitelnek mindössze 0,3 százalékát tette ki. 1990-ben a japán közvetlen befektetések mintegy negyede irányult Európába, s ennek mindössze 0,5 százaléka realizálódott Közép-Európában.

Japánnak az 1990-es évek elején Közép-Európára irányuló stratégiájában két fő terület különböztethető meg: a különböző csatornákon csordogáló pénzügyi hozzájárulás, és a gazdaságpolitikai know-how átadása. Az elsőt illetően azonban meg kell jegyezni, hogy a régióra vonatkozó részletes információk hiánya és más okok miatt a japánok előnyben részesítik az USA és mások részvételével is járó multilaterális, de legalábbis bilaterális finanszírozást. Ugyanakkor a japán kormány különféle olyan programokat, szemináriumokat, tanulmányokat finanszíroz, amelyek célja, hogy megismertessék a politika- és gazdaságpolitika-csinálókat a piacgazdaság fejlesztésének új módszereivel. Ez kulcsfontosságú az átmenet éveiben a közép-európai országokban.

A japán magánszektornak Közép-Európáról alkotott véleménye a másik fontos kérdés. Nyilvánvaló, hogy a közép-európai országoknak rövid és hosszú távon egyaránt szükségük van Japán partnerségére, elsősorban a tőkebefektetés területén. Ez nem jelenti a kereskedelmi kapcsolatok lebecsülését, de az átmeneti szakaszban ezen országok gazdaságára a hazai tőke jelentős hiánya, az ipar alacsony technológiai szintje, az elavult ipari struktúra a jellemző.

Sürgős szükség van külföldi tőkére, bármely országból érkezzék is. Várható, hogy e külföldi befektetések technológiai megújulással járnak, hatékonyabb munkavégzési és menedzsmentmódszerek meghonosítását jelentik, valamint segítik új piaci csatornák megnyílását is. Amennyire nagy presztízsnek örvendnek a japán termékek, annyira üdvözlendő a Japánból érkező tőke is, mely ráadásul a túlnyomóan német befektetői dominancia oldásával a gazdasági függetlenség megőrzéséhez is hozzájárul. Bár az utóbbi években a japán beruházások a térségben növekedtek, részarányuk a teljes FDI-ben meglehetősen alacsony maradt. Valójában Magyarországon is, mely az első helyen van a Közép-Európába irányuló japán befektetéseket illetően, a teljes tőkebehozatal 5 százaléka alatt marad a japán tőkeimport aránya.

A közép-európai országok a kedvező földrajzi elhelyezkedés mellett többnyire azzal érvelnek, hogy a jelenlegi, több területen lesújtó gazdasági helyzet dacára a régióban számos hosszú távú előny kínálkozik. Ez utóbbit akceptálják a beruházók is, amikor gyakorta az vezérli őket, hogy korán megvessék lábukat egy ígéretes piacon. Az alacsony termelési és bérköltségek kezdenek kisebb szerepet kapni a döntésekben, s előtérbe kerül a munkaerő minősége, főként azon

beruházóknál, amelyek a hosszú távú profitok alakulásában érdekeltek.

Fontos látnunk, hogy a viszonylag kis volumenű japán beruházások egyáltalán nem spekulációs jellegűek, ami a más országokból származó beruházásokról nem mindig mondható el. Ami a termelő szférát illeti, a japán tőkebevonással működő vállalatok élvezik a magas színvonalú technika és technológia előnyeit, és nemzetközileg versenyképes termékeket bocsátanak ki.

A japán üzletemberek általában nyíltan beszélnek a közép-európai működés előnyeiről és hátrányairól egyaránt. Az általánosnak tekinthető vélekedést bizonyos kérdésekről az alábbiakban lehet összefoglalni.

1. A japán cégek részben a hazai gazdaság helyzetéből kiindulva határozzák meg külföldi műveleteikre vonatkozó stratégiájukat.

2. Az évtizedforduló – Japánban szimpátiával figyelt – pozitív változásai által kiváltott különleges, az export hirtelen növekedésében is megmutatkozó érdeklődés néhány év után alábbhagyott.

3. Tudatában kell lenni annak, hogy a japán vállalatok külpiaci terjeszkedési stratégiájának első lépése hagyományosan az export, amit hamarosan követ a marketing- és szervizhálózat kiépítése a célországban, ami a piac tesztelését és az információgyűjtést célozza. A közvetlen beruházásra irányuló döntés csak ezek után következik, feltéve, hogy az üzleti feltételek kedvezőek.

4. A japán vállalatok hagyományos kapcsolatainak nagy szerepük van annak eldöntésében, hogy hol, mikor, miért és mennyi tőke kerül befektetésre. Ez a gyakorlatban többnyire azt jelenti, hogy a japán beruházások lényegében protektív jellegűek, céljuk a hagyományos exportpiacok megtartása.

5. Nincs nagy készség vegyes vállalatok létrehozására a térség országaiban, a japán vállalatok lehetőleg távol tartják magukat a privatizációtól, és más üzleti lehetőségeket preferálnak.

6. A külkereskedelem liberalizálása korábban nem ismert versenyt teremtett a hazai tulajdonú és a külföldi vállalatok között.

7. A japán vállalatok előnyben részesítik a zöldmezős beruházásokat az átvételekkel szemben.

8. A japán befektetők által alkalmazott költség-haszon számításokban nemcsak az egyes országok, de az egész közép-európai térség is viszonylag kis méretű piacnak számít. Több kis közép-európai ország szívesen látja magát a kelet–nyugati üzleti híd szerepében. Elfogadható, hogy ezek az országok a nagyobb piacokra történő termelés bázisai legyenek, bár sok japán üzletembernek komoly kétségei vannak a volt Szovjetunió utódállamainak politikai és gazdasági jövőjét illetően.

9. A közép-európai országok a befektetéseket illetően bizonyos értelemben versenytársai is egymásnak, de néhány nyugati ország (Portugália, Spanyolország) az alacsony működési költségek mellett más, a japán tőke számára vonzó előnyökkel is rendelkezik.

10. Végezetül azt is tudni kell, hogy Japán nem kívánja, hogy Közép-Európa a Nyugattal való kereskedelmi-gazdasági konfrontáció újabb terepe legyen.

Szerzőnk főmunkatárs, KOPINT-DATORG

A MARKETING CENTRUM

Országos Piackutató Intézet szolgáltatásai

TERMÉK- ÉS SZOLGÁLTATÁSKUTATÁS
- piaci bevezetés előkészítése
- versenyanalízis
- termékpozicionálás
- esélyvizsgálatok (új termék, piaci részesedés növelése)
- keresletkutatás
- fogyasztási szokásvizsgálatok
- motivációkutatás
- attitűdvizsgálat
- piacszegmentáció

TERMÉKTESZTEK
- vakteszt
- névteszt
- márkateszt
- csomagolásteszt

IMÁZSVIZSGÁLATOK
- céglmázs
- külső imázs
- belső imázs
- termékimázs

ARCULATTERVEZÉS
- verbális elemek
- vizuális elemek
- arculati kódex

REKLÁMHATÉKONYSÁG-VIZSGÁLAT
- előteszt
- utóteszt
- forgalmi hatásvizsgálat

KÖZVÉLEMÉNY-KUTATÁS
- társadalmi-politikai
- gazdasági

A MARKETING & Menedzsment folyóirat kiadása

DM-AKCIÓK (levélreklám)