

A kis- és középvállalkozások helyzete Japánban 2007-ben

A japán kis- és középvállalkozásokat kutató intézet összeállítása nyomán

A magyarországi mikro, családi és kisvállalkozások jövőbeni lehetségeinek megítélésakor elengedhetetlenül fontos, hogy vizsgáljuk folyamatosan a nálunk fejlettebb országokban végbement jelenségeket. Az is fontos azonban, hogy ezeket a jelenségeket ne csak Európában kísérvük figyelemmel, hanem néhány olyan távol-keleti országban is, amelyekben már végbement egy úgynevezett gazdasági csoda és az ezt követő időszakban komoly problémák és gondok merülnek fel. Tanulságképpen ennek a szempontnak a figyelembe vételével szeretnénk most tájékoztatni a saját vállalkozásainkat a japán KKV-k helyzetét illető néhány problémáról. Ha alaposan szemügyre vesszük ezeket a problémákat fontos tanulságokat vonhatunk le saját további cselekedeteink irányait tekintve.

A kis- és középvállalkozások általános helyzete Japánban

Az elmúlt öt évben folyamatos volt a japán gazdasági fellendülés, többek között a kedvező exportnak és az aktív magántőke befektetéseknek köszönhetően, habár a regionális egyenlőtlenségek továbbra is megtalálhatók a szigetvilágban. A fellendülés a kisvállalkozókra is érvényes (azaz az 5 és 300 főt foglalkoztató cégek), igaz, az ő növekedésük a nagyvállalatokhoz képest lassabb, és természetesen a kis cégeknek is komoly üzleti kihívásokkal kell szembenéznük.

A nagyvállalatok és a kis-és középvállalkozások közti nagy különbség, hogy a nagyok sokkal jobban tudják érvényesíteni az akaratukat, jobban tudnak alkudni, amikor a nyersanyagárakról vagy a munkabérekéről van szó.

A japán kis- és középvállalkozásokról általánosságban elmondható, hogy a tevékenységük szorosan kötődik a helyi közösségek életéhez, és ők azok, akik képes a működésük során gyors és rugalmas válaszokat adni megváltozó feltételekre, és mivel a kis- és középvállalkozások 99%-át teszik ki a japán cégeknek, működésük nagyon is fontos a japán gazdaság számára.

A kis-és középvállalkozások regionális szerepe

2002 óta az export szerepe kiemelkedő, megerősítve magán befektetésekkel, amik általában nem az adott tevékenységet végző régióból származnak. Azok a régiók virágoznak, ahol az ipari tevékenységre leginkább a gépgyártás a jellemző, mint például a járművek gyártása, vagy egyéb más gépezeteké, amiket egyenesen exportra visznek. Ezzel szemben azokban a régiókban, ahol a kis cégek hagyományosan a lakossági szolgáltatási és termelői feladatok teljesítéséből élnek, a helyi közösségeket szolgálják ki, tehát nem a külföldi piacokra termelnek, ott kisebb a fejlődés például az üzleti stabilitásban és a

foglalkoztatási mutatókban. Tehát a gazdasági fellendülés mértéke régióként különböző.

A kis- és középvállalkozások megalakulása és fennmaradása

Hogyan jönnek létre, és meddig maradnak életben a vállalkozások? Azt találtuk, hogy azokból a vállalkozásokból, amik kommunikációs és információtechnológiai szolgáltatásokkal foglalkoznak, vagy a szolgáltatásuk üzleti tevékenységekhez kapcsolódnak, mint például a munkaerő kölcsönzés, sokkal több jön létre, és egyszersmind sokkal több is szűnik meg, mint a többi területen. Továbbá már nem csak a családi vállalkozások és a kis üzemek vannak nagy számban az újonnan alakuló cégek között, hanem olyan diplomások is, akik előzőleg nagyvállalatoknál dolgoztak, és most létrehozták a saját cégüket. A tendencia szerint egyre többféle ember jegyeztet be vállalkozásokat, és ez a sokféleség a piac további színesítését fogja szolgálni, és a gazdaság növekedéséhez nagyban hozzájárulnak az újabb és újabb cégbejegyzések, hiszen ezáltal újabb munkahelyeket hoznak létre.

De minél kisebb egy vállalkozás, annál inkább úgy tűnik, hogy már a pusztán fennmaradása üzleti sikernek könyvelhető el, és az a tapasztalat, hogy bár a vállalkozások tovább tudnának működni, a lassan jövő eredmények miatt közülük sok megszűnik.

A kisvállalkozásoknak többféle dologra kell egyszerre figyelniük, és nem csak a külső tényezőkre kell koncentrálniuk, pl. hogy hogyan vegyenek részt az egyre intenzívebb piaci versenyben, hanem a belső ügyekkel is foglalkozniuk kell, mint például az üzletvitel, és a munkatársak felvétele. Azt is elmondhatjuk, hogy a nehézségek mértéke és természete nagyban függ attól, hogy egy vállalkozás milyen üzletpolitikai elveket követ, mennyire sajátítottak el a vezetők menedzseri készségeket.

Jelen pillanatban az a tendencia, hogy mind a fogyasztók, mind a vállalkozások igényei egyre speciálisabbak lesznek, egyre inkább különböznek egymástól. Mivel a gazdaság folyamatosan fejlődik, és a szolgáltatóipar is egyre jelentősebb lesz a jövőben, számos piaci rést fedezhetnek majd fel. Ezek a piaci változások majd elkerülhetetlenül újabb és újabb lehetőségeket teremtenek a frissen induló vállalkozásoknak, és mivel a kis- és középvállalkozások gyorsabban és rugalmasabban tudnak reagálni ezekre a változásokra, még nagyobb területet hódíthatnak meg maguknak, és még sikeresebbek lehetnek.

A kis- és középvállalkozások egyedisége, a helyi erőforrások használata

Felfedezni azt, hogy egy vállalkozás miben egyedülálló, és azon dolgozni, hogy ez minél inkább látható legyen - ez az egyik lehetőség azon vállalkozások számára, amelyek a távolabb esnek a nagyobb ipari területektől, és a kisebbek

annál, mintsem hogy túléljenek és növekedjenek, felvéve a versenyt a nagyvállalatokkal, és a külföldről érkező olcsó árukkal. A túlélés számukra az egyediség megtalálása. Valójában a mezőgazdaság, a vadászat, a halászat, és az olyan termékek, amelyek nagyban támaszkodtak a helyi technológiákra és a természeti erőforrásokra, számos esetben nagyon jól, jó áron eladhatók a piacon. A közösségi erőforrások használata pozitív hatással van az üzletmenetre, megnöveli a termék értékét, ami az eladásban is megmutatkozik, és ezen erőforrások használata magát a közösséget is képes erősíteni és ösztönözni.

Nagy az eltérés abban, hogy a különböző típusú vállalkozások milyen mértékben használják fel a helyi erőforrásokat: a turizmusban ez jellemzően magas, 90% körüli, a mezőgazdaság, a halászat, és a vadászat jellemzően 60%-ot használ, míg a technológiai cégek használják a legkevesebb helyi erőforrást, náluk ez 30%-ra tehető. A kis közösségekben működő vállalkozásoknak először fel kell ismerniük, hogy minek van piaci értéke helyi szinten, és aztán ezt a tudást felhasználva kell azt is kitalálniuk, hogy a közösségen kívüli lehetséges fogyasztók hogyan viszonyulnak a termékeikhez és a szolgáltatásaikhoz.

Természetesen számos probléma is felmerül a közösségi erőforrások használatakor, mint például a tőke megszerzése, vagy az információ hatékony terjesztése a helyi szinten túlra, de partnerségek kiépítésével és a közösségen kívüli dolgozók alkalmazásával lehetséges, hogy a közösségen kívüli, jól működő értékesítési utakat találjanak a vállalkozások.

A kisboltok és üzletek helyzete

Ha a bevásárló negyedeket vesszük szemügyre, attól függetlenül, hogy ez egy kisvárosban, vagy egy nagyváros irodákkal telezsúfolt részén található részén található, vagy esetleg egy ipari terület szomszédságában, mindegyik kisbolt a saját vásárlóinak szokásait tartja szem előtt a szolgáltatásaik és termékeik kiválasztásánál. Nemcsak ebben a szemléletmódban, hanem abban is hasonlítanak egymásra ezek a kiskereskedők, hogy mindannyian ugyanazokkal a problémákkal küszködnek: nincs megfelelő személyzetük, nincs tőkéjük, és ezért a jövőbeni üzleti stabilitást sem tudják biztosítani maguknak.

A kis- és középvállalkozások szerepe a helyi közösségek életében

A fogyasztók gyakran veszik igénybe a kisvállalkozások szolgáltatásait, ha fodrászhoz vagy étterembe, bárokba mennek, vagy friss élelmiszert vásárolnak. Ezeknél a szolgáltatásoknál és termékeknél a vásárlók egyre inkább keresik a biztonságot és a megbízhatóságot, és az olyan értékeket is, amelyek néhány rétegnek kiemelten fontosak: az idős embereknek, akik egyedül élnek, nagyon nem mindegy, hogy kit engednek be a lakásukba, legyen az szerelő vagy ételszállító.

A helyi vállalkozásoktól azt is számon kérik, hogy többféle területen járuljanak hozzá a közösség fejlődéséhez. Vegyenek részt valamilyen szinten a bűnmegelőzésben, az események szervezésében vagy a helyszínek biztosításában és a közegészségügy megszervezésében is.

A vállalkozásoknak meg kell mutatniuk, hogy milyen jó viszonyban vannak a településsel, az ott lakókkal, és azt, hogy az ő alaptevékenységük hogyan függ össze a közösség mindenkori boldogulásával. (Ez a megfogalmazás egyébként azt mutatja, hogy az IPOSZ álláspontja a vállalkozások társadalmi felelősségvállalásának kérdésében helyes. Az IPOSZ ugyanis azt vallja, hogy ezt a fogalmat nem lehet a nagyvállalati látásmódra leegyszerűsíteni, amely főleg csak a minőségről és a minősítésekről beszél. A kicsiknek olyan feladatuk van ebből a szempontból a helyi közösségek életében, amelyet nálunk az iparosság és az ipartestületek több száz éve egyébként is csinálnak.)

Tehát egy kiskereskedő vagy egy vállalkozó egy településen ma már nem foglalkozhat csupán azzal, hogy például zöldséget árul, ennél sokkal összetettebb a feladata: azt várják tőle, hogy a közösség vezetőjének szerepét töltsse be. Természetesen mindezt úgy, hogy együttműködik, és partnerséget épít ki a többi vállalkozással, a helyi lakosokkal és a helyi önkormányzattal.

Mivel szembe kell néznünk azzal, hogy a társadalmunk egyre inkább előrepszik, a kis- és középvállalkozásokra is újabb kihívások várnak, mivel a működésük, és tevékenységük teljes egészében a fogyasztókon alapszik. Új termékeket és szolgáltatásokat kell létrehozniuk, új fejlesztésekkel kell előállniuk annak érdekében, hogy egy komfortos és élhető életet alakítsanak ki a társadalom számára.

A kkv-k erőfeszítései a humán tőke felhalmozására az elmúlt évek foglalkoztatási környezetének változásai fényében

A japán foglalkoztatás 90-es évek óta tartó átstrukturálódása miatt a kkv-knál lévő humán tőke a szakképzett munkások csökkenésével elveszett, akik azt a humán erőforrást képviselték, akik a vállalkozásoknál felgyűlt információkkal rendelkeztek és magas színvonalú munkát végeztek, beleértve elméleti tudásukat és gyakorlati készségeiket is. Az elmúlt években, a japán gazdaság helyreállításának időszaka alatt, megnövekedtek a „ridegebb” alkalmazási körülmények a kkv-knál.

A jövőt tekintve viszont fontos lesz az egyes vállalkozásoknak, hogy utánpótlást neveljenek maguknak a kulcspozíciókra, hogy fenntarthassák versenyképességüket és növekedni tudjanak. Ráadásul az utánpótlás biztosítása esetén az is fontos, hogy bővítsék az alkalmazottak ismereteit és hivatalosan alkalmazzák a munkavállalókat – akik számára a hosszú távú foglalkoztatás elfogadott. Olyan jelölteket válasszanak, akik képesek lesznek betölteni a

kulcspozíciókat. A másik oldalról, tekintve a növekvő „ridegséget” a foglalkoztatási körülményekben, ajánlatos, hogy a vállalkozások szélesítsék ki az alkalmazási gyakorlatukat az idősebbekre és a nőkre, a nem hivatalos foglalkoztatást hivatalossá tegyék, és tegyenek erőfeszítéseket a humán erőforrás cégen belüli képzésére.

Láthatjuk, hogy a kereskedelmi kapcsolatok útvonalai egyre jobban behálózzák egymást a kkv-k körében, ami megnöveli a felvásárlói üzleti kapcsolataik számát. Másrészt viszont, bár problémásnak látszott, hogy ez a „behálózódás” hátrányt okozhat az információcserében a felvásárlói kapcsolatokkal, azt láttuk, hogy az információáramlás tulajdonképpen növekszik a felvásárlók számának növekedésével együtt. Továbbá, bár a hosszú távon folyamatos ügyletek csökkentek, az olyan megszokott kereskedelmi gyakorlatok, mint például a „súlyalapú ügyletek gyakorlatának” fennmaradása megakadályozta, hogy a technológia és az árak megfelelően igazodjanak egymáshoz.

Ugyanakkor a kkv-k kapcsolata a pénzügyi intézményekkel azt mutatja, hogy míg az egyszerre több pénzügyi intézménnyel folytatott ügyletekben nem történt változás, a pénzügyi intézmények közötti verseny eredményeképpen megnövekedett a száma azoknak a pénzügyi intézményeknek, melyekkel a kkv-k tranzakciókat folytatnak. További változások láthatók abban a tekintetben, hogy míg a középvállalkozások elégedettsége a pénzügyi intézményekkel szemben növekedett, addig a kisméretű vállalkozások és a pénzügyi intézmények közötti finanszírozási célú kontaktus jelentősen visszaesett.

Ugyancsak változásokat láttunk a humán tőke területén. A vállalkozás vezetését alátámasztó humán erőforrásnak (mint a kulcspozíciókban lévő dolgozóknak és a munkásoknak) a foglalkoztatás 90-es évek óta zajló átalakulása során történt eltűnésével, a munkaerőpiac meggyengülése az elmúlt években egyre nehezebbé tette a kkv-knak, hogy kiváló munkaerőt tudjanak biztosítani maguknak.

A kkv-k új képének kialakítása

A Japán gazdaságban a dolgozók közel 70%-át foglalkoztató 4,3 millió japán kisvállalkozás fontosságát mindenki felismerte. Japán célja egy új kkv-kép felépítése, a kkv-k helyének megértése az ország életében, és precízebb kkv-támogató politikák kialakítása.