

Osztrák/francia érdekeltségű és vegyes vállalatok tapasztalatai

Az osztrák és francia, illetve vegyes tulajdonú vállalatok jelentős pozíciót foglalnak el a magyar piacon. A privatizáció keretében ez idáig az osztrákok közel 46 milliárd forintot, a franciák mintegy 23 milliárd forintot fektettek be magyar vállalatok megvásárlásába. Az utóbbi három és fél esztendőben több mint 2100 osztrák cégalapítót, 19,9 milliárd forint befektetéssel és közel 300 francia cégalapítót, 15 milliárd forinttal jegyeztek be vegyes vállalként.

A Budapesti Vállalkozásfejlesztési Központ piaci vizsgálatot kezdeményezett, hogy értékelje az osztrák, illetve francia tulajdonú és vegyes tulajdonú vállalatok tapasztalatait, további terveit. Ezzel segítséget kívánt nyújtani a vállalatok működési feltételeinek javításához és újabb befektetők magyar piacra való betelepülési kedvének ösztönzéséhez. A piaci vizsgálatban 3-3 osztrák, illetve francia cég személyes interjúkkal vett részt. A megküldött kérdőívekre 54 osztrák és 32 francia vállalat válaszolt. A válaszadó cégek együttesen mintegy 51 milliárd forint értékű alaptőkét reprezentáltak, és több mint 18 ezer alkalmazottat foglalkoztattak. Az esettanulmányok és a kérdőívekre adott válaszok értékelését – tömören – a következőkben foglaljuk össze.

A magyar piacra való település indokai

A lehetőséget a magyar piacon való befektetéshez a társadalmi és gazdasági rendszerváltás, a piacgazdaságra való áttérés és a privatizáció elindítása adta meg.

A megkérdezett cégek véleményét összegezve, a következőket állapíthatjuk meg:

- A túlnyomó többség azért fektetett be a magyar piacon, mert a kilátásokat kedvezően ítélte meg – a magyar piac jó üzleti lehetőséget nyújt tevékenységük bővítéséhez és gazdaságos működésükhöz. A többség törekvése, cégalapításuk óta, hogy piaci részesedésük működésük során növekedjék.

- Mind az osztrák, mind a francia cégek tehát alapvetően piacszerzési célokból indították el vállalkozásaikat. Jelentős számban voltak olyan vállalkozások is, amelyek stratégiai célja, a magyar piac mellett, más kelet-közép-európai piacokon való terjeszkedés is.

- Megoszlanak viszont az osztrák és a francia vállalatok abban a tekintetben, hogy milyen előzetes ismeretekkel rendelkeztek a magyar piacról. Egy részüknek volt korábbi üzleti kapcsolata, ismerte azt a magyar vállalatot, amelybe később befektetett. Más részük csak a privatizációs pályázati kiírások alapján döntött. A meghatározó azonban mindenképpen a lehetőség, a gazdasági és piaci átalakulás volt.

- A befektetésre való felkészülés – minden cég részéről – gondos és alapos volt. Érthető módon így volt csökkenthető a befektetési kockázat. Az eredményesség a vállalatok eddig produkált teljesítményén is lemérhető.

Összességében megállapítható, hogy a vállalatok véleményük szerint jól döntöttek befektetéseikről. A piaci helyzet, a kereslet csökkenése ugyan nem szerepelt az előzetes elgondolásokban, de ez sem befolyásolhatja utólagosan vállalkozó kedvüket. A felfogás e tekintetben

- stratégiai cél: a vállalat pozíciójának fenntartása, a jelenlét, majd a piaci részesedés növelése;

- taktikai cél: jelen körülmények között is gazdaságos és racionális működés.

A befektetések hasznosulása és a fejlesztési utak

A megkérdezett osztrák vállalatok többsége elégedett volt befektetéseik hasznosulásával, míg a francia vállalatoknál a többség a vártnál kedvezőtlenebbnek ítélte meg a helyzetet. Az elégedetlen cégek is úgy értékelték azonban helyzetüket, hogy a nehézségeket átmenetinek tekintik, a befektetések lassúbb ütemű megtérülését tudomásul vették.

Így érthető, hogy a vállalatok nagyobb része az alapítás óta tőkét emelt, és fejlesztési célokból újabb beruházásokat eszközölt a jövőbeni megtérülésre alapozva.

A vállalkozások bővítését és a tevékenységek fejlesztését szolgáló befektetéseket az osztrák és francia cégek főleg a következőkre összpontosították:

- A befektetések elsősorban a vállalkozások piaci részesedésének növelésére irányultak. Ezek körében sokféle megoldás mutatkozott. Így például ipari vállalatok

latok újabb üzemeket létesítettek vagy szereztek meg, a kereskedelmi vállalatok bővítették üzlethálózatukat.

• Viszonylag jelentős súlyt képvisel a fejlesztést szolgáló beruházások között a tevékenység korszerűsítése, a modern technika és technológia bevezetése, valamint elterjesztése. A legtöbb befektető vállalat magával hozta fejlett eljárásait, módszereit.

• Jelentős számban voltak azok a vállalatok is, amelyek működési hatókörük bővítésére fordítottak számottevő befektetést. Ez összefügg azzal a fő törekvéssel, hogy növeljék a piaci részesedést.

Számot adtak azonban a megkérdezett vállalatok az akadályokról és nehézségekről is, amelyek befektéseiket befolyásolják. Ezek közül néhány a következők szerint emelhető ki:

- a fejlesztést szolgáló hitelek magas kamatterhei;
- a megvalósulást lassítják a munkaerő-ellátás gondjai, egyrészt a megfelelő szakmunkaerő, másrészt egyes helyeken a szükséges fizikai munkaerő hiánya;
- többen utaltak a nem kielégítő infrastruktúra által okozott gondokra (1. tábla).

1. tábla

Tapasztalatok a működés gazdasági feltételeiről
(az összes megkérdezett százalékában)

Megnevezés	A várakozásnak megfelelők	
	osztrák cégek	francia cégek
Adózási rendszer	29	35
Vámrendszer	12	16
Működési költségek	39	55
A munkaerő költsége	73	77
Pénzügyi gazdálkodás	41	71
Ingatlanszerzés	49	31
A magyar bankrendszer működése	39	45

A működés gazdasági feltételeinek kulcskérdései

Az osztrák vállalatok kétharmada, a francia vállalatok fele úgy ítélte meg, hogy a működés gazdasági feltételei nem felelnek meg várakozásaiknak. Különösen a következőkre hívták fel a figyelmet:

• A pénzügyi gazdálkodás és a bankrendszer működése számos problémát vet fel:

- nem alakult még ki a banki szolgáltatások kívánatos színvonala;
- a hitelezési rendszer nem alkalmazkodik a gazdasági viszonyokhoz, így például:
- a hitelek engedélyezésénél nem veszik figyelembe a vállalkozási potenciál fejlesztésének fontosságát;
- nincs hosszú lejáratú (5 évet meghaladó) fejlesztési, beruházási hitellehetőség;
- a hitelek ügyintézése lassú, bürokratikus, nem elég megértő az üzleti vállalkozási törekvésekkel szemben;
- magas a hitelek kamatterhe.

• Az adózási rendszer túl nagy terhet jelent, nincsenek megfelelő ösztönző kedvezmények. Egyre több helyi adó kivetésére lehet számítani.

• A vámrendszer kedvezőtlenül befolyásolja a tevékenységet, növeli a költségeket. Nincs megkülönböztetés, hogy a Magyarországra települt befektetők anyavállalatuktól való beszerzés esetén más vámtéttel számolhassanak, mint egyéb import esetén. Kifogásolták azt is, hogy miért vannak olyan anyagokra is emelt vámtételek, amelyeket a magyar gazdaság nem termel.

• Az ingatlanokba való befektetés, az ingatlanszerzés számos akadályba ütközik, és intézése nehézkes. Nem kellően rendezett az ingatlanok bérleti díja sem.

- Kifogásolták, hogy a beruházások ösztönzéséhez hiányoznak a megfelelő hatósági intézkedések. Így pl.:
- a beruházások stabil szabályozási rendszerének kialakítása;
- a kommunikáció erősítése a külföldi befektetőkkel.

Az információellátás helyzete

Üzleti és gazdasági döntéseihez minden vállalat megszerzi az alapvető és nélkülözhetetlen információkat. Így nyilatkozott szinte mindegyik megkérdezett osztrák, illetve francia vállalat.

A többség megtalálja azokat az információs forrásokat, amelyek szakmájának helyzetével, értékesítési és piaci lehetőségeivel, valamint a verseny és a versenyhelyzet alakulásával függnek össze. A pénzügyi, adózási, vámjogszabályozási kérdésekről viszont – érthető módon – nyilvános anyagokból tájékozódik.

Részletesebben tanulmányozva a helyzetet, a valóságban nem ilyen kedvező a kép. Bár a vállalatok mindent megtesznek informáltságuk javítására, sok mindent hiányolnak. Különösen a következőket kifogásolják:

- nem megbízható az állami statisztikai rendszer, amit publikálnak, az nem nyújt kellő szakmai tájékoztatást, a késedelmes (hosszú ideig tartó) közlés pedig a gyakorlati munkához nem nyújt elég segítséget;
- sok helyen jelenik meg információ, aminek csak egy részét ismerik a vállalatok, rendszerezésük nagy munkát igényel és időben nem áll rendelkezésre;
- hiányoznak az átfogó szakmai tájékoztatók.

2. tábla

Vélemény a magyar szakemberekről
(az összes kérdezett cég százalékában)

Megnevezés	A vártnál jobb		A vártnál rosszabb	
	osztrák cégek	francia cégek	osztrák cégek	francia cégek
Vezető munkatársak	32	37	52	60
Szakemberek	18	30	80	63
Egyéb munkaerő	8	7	66	69
Összesen	28	23	67	69

Oktatási igények

A válaszadó vállalatok bár magyar munkatársaik felkészültségével többnyire elégedettek, továbbképzésüket nélkülözhetetlennek tartják (lásd 2. tábla). Különösen fontosnak ítélik meg a közép- és felsőfokú képzést, még azok számára is, akik a megfelelő végzettséggel és gyakorlattal rendelkeznek. Ennek okait leginkább a következőkben látják:

– a piacgazdasági környezetben szinte minden munkát másképpen kell végezni, mint korábban Magyarországon;

– az üzleti és gazdasági tevékenységhez nem nélkülözhető a korszerű gondolkodásmód, a gyors és eredményes döntésekre való felkészültség;

– az üzleti életnek van néhány olyan területe, amelynek elsajátítása nélkülözhetetlen, így például a nyelvtudás, számítástechnikai ismeretek, marketing-szemlélet.

Ezért a legtöbb vállalat szervezeten gondoskodik alkalmazottai továbbképzéséről. Ezt részben saját vállalatuk keretében szervezik meg, részben olyan helyekre küldik alkalmazottaikat, ahol a kívánt ismereteket elsajátíthatják.

A fontosság szerint rendezve az oktatási célokat, a vállalatok kiemelték:

– a szakmai továbbképzést;

– a saját nyelvre (német, illetve francia) való oktatást és második nyelvként az angolt;

– a pénzügyi és számviteli, valamint

– menedzserképzést (3. tábla). A piacgazdasági viszonyok miatt a legtöbb vállalat nagy figyelmet fordít a kereskedelmi területre, a korszerű értékesítési ismeretek és gyakorlat elsajátítására, a marketingtevékenység színvonalát emelő oktatásra.

3. tábla

Oktatási igények

(az összes válaszadó százalékában)

A képzés formájának megnevezése	A válaszadók közép- és felsőfokú képzési igénye	
	osztrák cégek	francia cégek
Szakmai továbbképzés	82	91
Műszaki jellegű képzés	26	59
Menedzserképzés	48	56
Marketingképzés	72	41
Pénzügyi-számviteli képzés	63	62
Eladási tréningek, vevőkapcsolat	67	53
Saját nyelvre* oktatás	74	75
Angol nyelvre oktatás	44	66

* Osztrák cégeknél német, francia cégeknél francia nyelv

Szerzőnk egyetemi docens, BKE,
a M&M alapító főszerkesztője

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

- cégimázs
- 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)