

## SZÉP ÚJ VILÁG - DE KINEK? KÍNA ÉS INDIA

---

**Kapitány József**

főiskolai adjunktus

BKF

jozsef\_kapitany@yahoo.com, jkapitany@bkf.hu

### 1. BEVEZETÉS

Láttunk már gazdasági csodát. Japán és Korea röpke két nemzedék alatt csatlakoztak a legfejlettebb államokhoz. A japán minőség és termelékenység számos iparágat a sírba küldött az USA-ban és Európában, Detroit kis híján lekerült az autógyártás térképéről, fogyasztói elektronikában az atlanti-térség „sehol” nincs. Japán és Korea nem, hogy „player”, de több iparágban game maker lett. De a 127 milliós japán és 50 milliós koreai népesség kevés volt ahhoz, hogy átírja a status quot. Ellentétben Kínával és Indiával. Kína és India két olyan állam, amely – növekedési scenario függvényében – 20-35 éven belül megelőzi (Kína) és megközelíti (India) az amerikai GDP-t. Növekedésük lélegzetelállító, felemelkedésük „game changer” hatása erősebb, mint az újkori történelem bármelyik erőcentrumok közötti átrendeződése. A power shift gyorsabban megy végbe, mint ahogyan az Egyesült Államok a XIX. és XX. század fordulóján a világ vezető hatalmává vált.

### 2. A MAGYAR LAKOSSÁG 250-SZERESE

Kína lakossága egy milliárd 350 millió, és még mindig nő. Bár az egy gyerek politika miatt a népesség 1.6 milliárdnál stabilizálódik, a 2015-ös foglalkoztatottsági „csúcson” a munkaképes korú lakosság 1 milliárdra nő. Ha a világ más tájain élő kínaiakat is kínaiaknak vesszük, a teljes kínai lakosság közel 1.5 milliárd ember. India lakossága évi 18 millióval nő, az indiai lakosság később, a becslések szerint közel 2 milliárdnál stabilizálódik, és a század közepére Kínához képest 220 millióval magasabb lesz a munkaképes korúak száma. És itt akár be is fejezhetném írásomat, hiszen ezek a számok önmagukban jelentik „A” „sztorit”. Mindent eldöntő számok.

### 3. A KÍNAI ÉS INDIAI VERSENYKÉPESSÉG

Kína a Világgazdasági Fórum (a továbbiakban a World Economic Forum rövidítésével mint WEF) legutóbbi, 2009-2010-es ún. GCI indexében már a 29, India is száguld felfelé a ranglistán, jelenleg a 49., ezzel például már 9 hellyel jobb, mint Magyarország.

A GCI a Global Competitiveness Index rövidítése, és mind makro-, mind mikroökonómiai szempontok figyelembe vételével készülő index, amely a versenyképességet méri és ahol a versenyképesség a termelékenységi szintet meghatározó intézményrendszer, politikák és tényezők összessége<sup>1</sup>. A termelékenység az adott gazdaság fenntartható prosperitásának alapja, és csak a versenyképes gazdaságok képesek polgáraik számára magas jövedelmet biztosítani. A termelékenység a beruházások megtérülését is meghatározza, ezen sok kis megtérülés (összegzett hatása) pedig a gazdaság növekedésének alapvető meghatározója. A versenyképes gazdaságok valószínűbben növekednek közép- és hosszú távon. A versenyképesség 12, egymással összefüggő, önmagában is gyűjtőkategóriát jelentő pillére a következő:

#### 1. Az intézményrendszer (Institutions)

Ide tartozik a jogrendszer, a bírósági gyakorlat, az adminisztratív „keretek”, itt értékelik a korrupciót, a bürokráciát, a közpénzek felhasználását, az átláthatóságot, de itt veszik figyelembe a 3. pillért jelentő makro-ökonómiai stabilitáshoz hozzájáruló, és a kormányzat részéről tanúsított kiadás-menedzselést is, amelyben Kínának és Indiának még sok tartaléka van, de fejlődésük gyors.

#### 2. Infrastruktúra (Infrastructure)

Itt a közlekedést, szállítást, telekommunikációt, energiaellátást értékelik. Kína elképesztő tempóban fejleszti infrastruktúráját, jelenleg a világ cement felhasználásának 55%-át adja Kína, és az idei világhiállításra 2004 óta 40.000 km autópályát építettek. Shanghai-ban már több felhőkarcoló van, mint *New Yorkot is* ide érte, az *USA keleti partján összesen*.

#### 3. A makro-ökonómiai környezet stabilitása (Macroeconomic stability)

A makro-ökonómiai stabilitás két legfontosabb eleme az eladósodottság és az infláció. Kína a fogyasztás bódulatban élő, és a nemzedékek közötti tehertranszfer tekintetében, a Carpe Diemben élő Európával és USA-val szemben az eminens példa. A világ devizatartalékának egyharmada már Kínáé, és létrejött egy különleges szimbiózis, amelyben Kína hitelezi az

---

<sup>1</sup> „We define competitiveness as the set of institutions, policies, and factors that determine the level of productivity of a country”.

amerikai jogi és természetes személyeket, hogy (főleg) kínai árukat vásároljanak. India adóssága a GDP 10%-a, a 60 és 110% közötti európai mércével teljességgel elképzelhetetlen adat.

#### 4. Egészség és alapfokú oktatás (Health and primary education)

A riport hangsúlyozza, hogy a képzetlen munkaerő kizárólag egyszerű munkát képes végezni, az értéklánc tetején álló, nagy hozzáadott értékű munkához jól képzett lakosság kell. Gandhi és Mao is annak idején az írástudatlanság felszámolásával, majd mindkét állam az erős alapfokú oktatással kezdett.

#### 5. Közép- és felsőfokú oktatás, tréning (Higher education and training)

A riport által használt „higher education” szóban mind a középiskolai és „tertiary” oktatás benne van, azaz a bachelor, mester és doktori képzések is, mind mennyiségi, mind minőségi szempontból mérve. A riport a munkaerő adaptivitása kapcsán különleges jelentőséget tulajdonít a szakmai tréningeknek, az át-, és továbbképzéseknek, life-long learningnek. Több mint 10 éve, a saját MBA tanulmányaim idején a professzorok számára a tudományos, ill. általában akadémiai top helyek az amerikaiak és néhány európai, főleg angol, párizsi és svájci egyetemek voltak. Ma már a kínai egyetemek közül több nem csak a természettudományokban, de még az üzleti oktatásban is a közvetlen élmezőnybe került. Peking és Shanghai nem sajnálja a pénzt arra, hogy az olyan nagyjúk, mint Prahalad, Mintzberg, Kotter, Kotler, Senge, Goldratt és Porter az ő katedráikon adjanak elő. Míg az USA-ban évente 60.000 mérnök és tudós végez, Kínában ennek az ötszöröse. A globális vállalatok számára Kína, de különösen India a mérnöki, ill. IT-munkaerő Mekkája. Az ázsiai mérnökök a szoftverek használatában, matematikai készségeikben, a multimédia felhasználási képességeikben egy másik világot jelentenek. *A Cisco CEO Scheinman (India kapcsán) mondta, hogy „We came to India for costs, stayed for quality, and we’re now investing for innovation”. A McKinsey 2004-ben úgy becsülte, hogy 2008-ra a fiatal kutatók száma „ChIndiában” 35%-kal 1,8 millióra nő, miközben az USA hasonló adata 11%-os csökkenéssel 760.000 főre apad<sup>1</sup>. (Engardio, 2005)*

#### 6. Az árupiacok hatékonysága (Goods market efficiency)

A WEF riport kitér az egészséges verseny hatékonyság javító voltára, ide értve az importból származó versenyt is. Fontos versenyképesség növelő tényező a kormányzati beavatkozás minimum szinten tartása, és a *Report* aláhúzza a kereskedelem szabadságának fontosságát. Rámutat a magas adó versenyképességet rontó hatására, külön kitér arra, hogy a válság idején minden nemzetgazdaságban felerősödött a „vásárolj hazait” gondolkodás, amely hosszú távon

---

<sup>1</sup> Nem sikerült 2010-es adatot szerezni és nem tudom, hogy a “fiatal” szó mit jelent, a leggyakrabban 35 éves korig szokták fiatalnak nevezni a kutatókat, tudósokat.

*minden érintett, de különösen a fejlődő országok gazdasági hatékonyságát rontja.* Az árupiaci hatékonyság a vevőorientáltságtól és vásárlói szofisztikáltságtól is függ. Kulturális és egyéb okokból bizonyos nemzetek vásárlói magasabb igényeket támasztanak, mint más országok fiai, és a vevőoldalról kikényszerített termelői, kereskedői „fegyelem” fontos versenyképességi forrás. Mind Indiában, mind Kínában erősödik az igényes középosztály. Idén, 2010-ben a világ legnagyobb autópiaca már nem az USA, hanem Kína, a legnagyobb kínai mobilszolgáltatónak, a China Mobilnak több előfizetője van, mint az EU lakossága. A felfoghatatlan számok mellett a minőség dimenzió is különösen fontos. A Grey kommunikációs ügynökség pekingi irodájának igazgatója, Josh Li szerint Kínában a „menő” fogyasztó 3 havonta cseréli le a mobilját, mivel „an old model suggests you are not getting ahead and updated”. Ezt úgy értékelik a nemzetközi cégek, hogy Kína és India adják majd a grounds for next generation multimedia gizmos, networking equipment, and wireless Web services...In consumer electronics we will see China from being a follower to a leader in defining consumer electronics trends – jósolta a Philips Félvezető Üzletágának elnökhelyettese Leon Husson.

### **7. Munkaerő-piaci hatékonyság (Labor market efficiency)**

A munkaerő piac rugalmassága a működésének hatékonysága kritikus a gazdaság hatékony munkaerő felhasználása szempontjából. Lényeges a megfelelő ösztönzési rendszer, a tehetség gondozása és jó értelemben vett kihasználása, a méltányosság, a nők és férfiak esélyegyenlősége. Kínában már komoly probléma és különösen akut kérdés lesz a munkanélküliség. Mivel a kínaiak és indiaiak a világhoz képest aránytalanul magas hányadot alkotnak, az igen jelentős munkanélküli tömeg a bérszínvonalat relatíve szerényebb szinten tartja, ezzel a két ország termelékenységéi előnye hosszú időre konzerválódik.

### **8. A pénzügyi piacok kifinomultsága (Financial market sophistication)**

A jól funkcionáló pénzügyi piac a megtakarításokat a legtermelékenyebb felhasználás, a várható magas megtérülési beruházások és projektek, nem pedig a jó politikai kapcsolatokkal rendelkezők felé tereli. A kínai bankok hitelállományának kb. negyede gyakorlatilag leírható, de a kínai bankok mögött ott az állam, az indiai bankok pedig kitűnő egészségnek örvendenek, nemzetközi mércével nézve az indiai bankok átlagosan 10% alatti kétes kintlévősége kitűnő, sőt, egészen kiváló adat.

### **9. A technológiai felkészültség (Technological readiness)**

Itt azt mérik, hogy az adott gazdaság mennyire „agilisan” adoptálja a létező technológiákat termelékenységének javítása érdekében. A technológiák között a spillover hatás miatt a *Report* különös jelentőséget tulajdonít az információs és kommunikációs technológiáknak (ICT) és az ICT-barát szabályozásnak.

## 10. A piac mérete (Market size)

A nagy piac lehetővé teszi a méretgazdaságossági előnyök kihasználását. A PIMS szerint a saját piacukon 38%-os részesedést elérő cégek átlagos, saját tőke arányos megtérüléssel (ROE) mért profitabilitása megközelíti a 40%-ot, a 8 %-nál nem nagyobb piaci részesedéssel rendelkező cégek 10% alatti ROE adatával szemben. Mind a tapasztalati görbe, mind a méretgazdaságosság (economies of scale) szempontjából a két belső piac irdatlan mérete nagyon nehezen vagy egyáltalán nem behozható előnyt biztosít a kínai és indiai cégeknek. Már sem a Forma 1-es autón, sem a futball világbajnokságon nem meglepetés a kínai és indiai reklám. A világbajnokságon a SONY, az Adidas, a Castrol, a Jupiter, a Coca Cola, a Powerade, a FlyEmirates mellett a leggyakrabban látható egy kínai reklám, a Yingli Solar volt. Az igazán meglepő viszont az volt, hogy Yingli Green Energy Holding Yingli Solar brandje *a leggyakrabban kínai írásjelekkel írva (!)* jelent meg, azaz kínai belső piac elérésében a dél-afrikai futball vébé CPM alapon számolva hatékony médium lehetett!

## 11. Az üzleti élet kifinomultsága (Business sophistication)

A 11. pillér esetén a WEF az adott ország üzleti hálózatainak (networks), ill. a támogató iparágak minőségét, a helyi szállítók a vevőkhöz való földrajzi közelségét vizsgálja. Az eredményes klaszterek versenyképességet javító tényezők. Itt veszik figyelembe a cégek működésének, és stratégiáiknak a „minőségét”, ill. itt értékelik: márkázás, a marketing, az értéklánc gondolkodás, az unikális termékek gyártása, szolgáltatások nyújtása tényezőket. Az üzleti szofisztikáltság nézeti szempont különösen lényeges a fejlett gazdaságok vizsgálata során, hiszen itt a termelékenységnövelés „alapszintű” tényezőit már kimerítették. Noha Kína még adós azzal, hogy legyen saját Toyota, Samsung vagy Nokia kaliberű cége, a kínai és indiai cégek rendkívül masszívan megjelentek a világgazdasági arénában, a széles közvélemény által is ismert kínai és indiai cégek és márkák megjelenése csak idő kérdése. A világ még legnagyobb generikus gyógyszergyártójának a Biogalt megvásárló TEVA-nak nem német, svájci, holland, amerikai ellenfelei lesznek, hanem a 76 (!) FDA által jóváhagyott indiai csodagyógyszergyár. Ráadásul pár éven belül ott lesznek az indiaiak az originális készítmények legnagyobb gyártói között is. A kínai marketing nem a jövő zenéje, ugyanis immár nem az első helyet korábban cserélgető USA, ill. Németország, hanem 2009 óta Kína a világ elsőszámú exportőre. Az organikus mellett a kínai növekedés másik útja a felvásárlás. Az még szenzáció volt, amikor a Lenovo megvette az IBM számítógép üzletágát és a ThinkPad márkanévet, de a Volvo akvizíció már nem vert fel port 2009 végén. Árnyalja a King Kong imázst a kínai cégek átlagosan alacsony profitabilitása. Chen Xiaoyue, a 'Pekingi Nemzeti Könyvviteli Intézet' igazgatójának becslése szerint a kínai tőzsdén lévő több, mint 13.000 cég mintegy kétharmadának az EVA (Economic Value Added) elven számolt nyeresége nem éri el a tőkekötségét, fajlagos energiafelhasználásuk, nyersanyag kihozatali számaik kifejezetten rosszak, gyakran még a nyugat-európai érték ötödét sem érik el. Ezzel szemben a spórolás és a hiányból erényt kovácsoló indiai cégek hatékonysága meglepően jó, a kínai cégek 2004-es átlagos 12,8%-os ROCE értékével a hasonló indiai adat 16,7%. Az

indiai cégek különösen jók a kis sorozatok gyártásában, és verhetetlenek az információ technológiai szektorban. De javulnak a gyártásban is. A Tata Steel nem csak a világ egyik legnagyobb acélgyára, de a hatékonysági mutatók tekintetében is jobb eredményekkel büszkélkedhet, mint a legtöbb japán gyártó. Bármilyen autója van a T. olvasónak, az alváz és az ahhoz kapcsolódó alkatrészek jó eséllyel a Bharat Forge termékei, de minimum indiaiak tervezték. Kína és India érdekes versenyt is vív, ahol a kínaiak azon vannak, hogy a termelési gigászból szolgáltatási, design, tervezési és kutatási szuperhatalommá is váljanak. Hasonló klaszter gondolkodással a főleg a GE-nek dolgozó a bangalore-i székhelyű QuEST elnöke Aravind Mellegiri az infrastruktúra fejlesztését tekinti első számú prioritásnak:

*„A kérdés az, hogy ki ér előbb célba, a kínaiak vagy mi (értsd indiaiak) azzal, hogy feloldjuk az infrastrukturális szűk keresztmetszeteket, így a kutatás-fejlesztés, valamint a termelés egy helyen történő megoldási lehetőségét kínálva tudunk vonzó telephely lenni a tőke számára.” (Engardio, 2005)*

A tét valóban óriási. A Motorola működési modellje általános a high tech világában:

*„Most of (Motorola's, megjegyzés tőlem) its hardware is assembled and partly designed in China. Its R&D center in Bangalore devises about 40% of the software in its new phones. The Bangalore team developed the multimedia software and user interfaces in its hot Razr cell phone. (ibid, 2005)*

## 12. Innováció

A WEF megállapítása szerint bár a fejlődés kezdeti szakaszában komoly nyereségeket hoz az intézményrendszer fejlesztése, az infrastruktúra fejlesztése, a makroökonómiai instabilitás csökkentése vagy a HR-bázis javítása, egy inflexiós pont után ezeknek csökkenő a hozadékuk (diminishing returns), és később ugyanez igaz a munkaerő-, áru- és pénzügyi piacokra is. Bizonyos fejlettségi szint felett az életszínvonal kizárólag az innovációval javítható. Ez is különösen igaz azokra az országokra, ahol a technológiák átvétele már megtörtént, az ebből fakadó fejlődési lehetőségek kimerültek. Ezen pillér legfontosabb mérőszámai a K+F befektetés, különösen a nem állami R&D, a jó minőségű tudományos kutató intézmények, az ipar és a felsőoktatás, valamint a kutató központok együttműködése, és itt hangsúlyos a szerzői jogok védelme. A szerzői jog védelmét tekintve még komoly hátrányban van India és Kína. Lényeges az is, hogy Kína exportjának 57%-át részben külföldi tulajdonú cégek adják, de mind India, mind Kína innovációs fronton elképesztő tempót diktál. A Bangalore elleni verseny jegyében Kínában 35 szoftver főiskolát hoztak létre, a tervük, hogy évente 200.000 szoftverest képezzenek ki. A Microsoft legsikeresebb kutató laboratóriuma a 180 mérnökkel dolgozó pekingi labor, amely komputer grafikában és nyelvi szimulációban a világon leginkább elismert intézet.

## A 12 TÉNYEZŐ KÖLCSÖNÖS KAPCSOLATA

A 12 pillért alkotó gyűjtőkategóriák egymással szoros kapcsolatban vannak. Innováció nem létezhet a megfelelő intézményi háttér, a szerzői jog védelme nélkül, nem képzelhető el alacsonyán képzett, felnőttoktatásban hiányosan, majd tréningekkel tovább nem képzett lakossággal. Az innováció lehetetlen nem hatékonyan működő piacokkal, és megfelelő infrastruktúra hiányában. Mind Kína, mind India tökéletesen felismerte, hogy mi saját versenyképességi „Taoja” és gőzerővel száguldanak az úton, amelynek a végén ők állnak a dobogó két felső fokán.

## KÖVETKEZTETÉS

Mi marad nekünk? Az új világrend az atlanti-térségnek sok jót nem tartogat. A magas hozzáadott értéket előállító munkák oda vándorolnak, ahol ilyet produkálni képes szofisztikált munkaerő található. Az innovációra képes (Huxley után szabadon) „Alpha plus” munkaerő Ázsiában van és lesz, ráadásul irdatlan tömegben. Európa és Amerika egyre kevésbé vonzó telephely a magas hozzáadott értéket előállító munkáknak. Európa idegenforgalmi látványosság, a világgazdaság egyik perifériája, a kutyakozmetikusok, fagyalt árusok, tetováló művészek, személyi edzők, filmkritikusok és hasonló hivatások fellegvára lesz. A knowledge worker, a szoftveres, a biológus, a fizikus, a vegyész és matematikus, a mérnök, az IT guru mind néhány ezer kilométerrel keletre, esetleg a nagyvárosi környezetszennyezés elől menekülve Kaliforniában, Oregon, Washington államokban, vagy a ma már 75%-ban kínaiak által lakott Vancouver fővárosú Brit-Kolumbiában lesz. A Millward Brown egyik kutatása szóhasználata szerinti McJob-szindrómával leírható (egyre kevesebb) európai fiatal attitűdje, mentalitása erősen különbözik az ázsiai fiatalokétól, ahol a munka hozzánk képest sokkal inkább cél, élvezet, az önmegvalósítás formája. Semmilyen jelét nem látjuk, hogy Európa képes lenne olyan drasztikus érték váltást eszközölni, amely komoly ugrást eredményezne demográfiai, oktatási fronton és a munkaerő-piacon egyaránt, így gyorsuló tempóban kerül a világgazdaság perifériájára.

Welcome to the real world, welcome to the brave new world of China and India.

**HIVATKOZÁSOK ÉS IRODALOMJEGYZÉK:**

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

(accessed in 2010-06-02)

Világ gazdasági Fórum web oldala: <http://www.weforum.org/en/index.htm>

Sass Magdolna, Versenyképesség és a közvetlen külföldi működőtőke-befektetésekkel kapcsolatos gazdaságpolitikák, 2003 szeptember, PM Kutatási Füzetek 5. szám

Kutasi Gábor: Versenyképesség c. interneten közzétett dolgozata:

[www.bke.hu/vilaggazdasag/download/download\\_2005\\_1/vg\\_Versenykepesseg.ppt](http://www.bke.hu/vilaggazdasag/download/download_2005_1/vg_Versenykepesseg.ppt) -

IMD Scoreboard:

[http://www.imd.ch/research/publications/wcy/competitiveness\\_scoreboard.cfm?bhcp=1](http://www.imd.ch/research/publications/wcy/competitiveness_scoreboard.cfm?bhcp=1)

(accessed in 2009-05-02)

<http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf> (accessed in 2010-06-02)

Engardio, Peter (2005) "Crouching Tigers, Hidden Dragons", BusinessWeek, August 22/29, 2005, 52-61

Nigel F Piercy, David W Cravens, Cravens David (2005) Strategic Marketing, 8th edition, Irwin/McGraw-Hill