

lehetőség csupán bizonyos szűk területen van: a professzionális és üzleti szférában. Néhány cég már elérte piaci növekedésének határait, ezek csak a piac kiszélesítésében bízhatnak. Ehhez pedig el kell nyerni az újabb felhasználók kegyeit: kedvezményekkel, intelligens és könnyen használható előtérprogramokkal. Ha mindezen túl még az elérhető információk is hasz-

nosak és megfizethetőek lesznek, nem kell féltünk az ausztráliai online piacot.

/OLEY, E.: The current situation and future prospects of the online industry in Australia. = Online Review, 16. köt. 6. sz. 1992. p. 369–378./

(Kokas Károly)

Oroszországi termékek a belső és a nemzetközi számítástechnikai és adatbázispiacra

Noha kétségtelen, hogy előbb-utóbb Oroszországnak is be kell lépnie a nemzetközi számítástechnikai és adatbázispiacra, s ott jelentőségéhez mérten szerepelnie, ez egyelőre még csak vágyálom. A helyzet alakulásában többé-kevésbé „féloldalas” tendenciák érvényesülnek.

1991-hez képest a számítástechnikai eszközök és alkatrészek gyártása 1992-re erősen visszaesett (9509 millió rubelről 7008 millió rubelre). Az állami vállalatoknál a termelési érték visszaesése 21, a vegyes vállalatoknál pedig majdnem 50%-os volt, s csupán a kisvállalatok és szövetkezetek által publikált termelési érték növekedett valamelyest (10 millió rubelről 13 millió rubelre). E csökkenésen belül azonban a programeszközök előállítására növekedett.

A fentiek ellenére a számítástechnikai eszközök kivitele 1992-ben a termelési érték majdnem 19%-át tette ki. Ez azonban korántsem jelenti azt, hogy Oroszország valójában kilépett volna a nemzetközi számítástechnikai piacra, mivel az e címen elért bevétel túlnyomó része elavult honi számítógépek eladásából származott. Az irántuk való német, brit, holland, amerikai és kínai keresletet az e gépekben található értékes anyagok kinyerésére irányuló törekvés magyarázza.

A számítástechnikai eszközök oroszországi „fogyasztásának” 97%-a származott 1992-ben importból. Belőle az állami vállalatok mindössze 22%-kal részesültek, s két vállalati-vállalkozói csoport is nagyobb részesedést ért el e tekintetben (vegyes vállalatok 28, kereskedelmi cégek 24%). A behozatal összértéke 777 903 USA-dollár volt. A szállítók rangsorában a következő államok vezetnek: USA (32,20%), Szingapúr (20,11%), Japán (13,68%), Németország (8,44%). A szállítók 37-es mezőnyében – 0,21%-nyi részesedéssel – Magyarország a 23. helyet foglalja el.

Ami az adatbázispiacot illeti, csak a kereskedelmi bázisokat számításba véve, azt kell mondani: mind az ilyen bázisokat létesítő-fejlesztő-üzemeltető cégek száma, mind pedig a kereskedelmi alapon működő adatbázisok száma igencsak

megnövekedett (az előbbiek száma 100-ról kb. ötszázra, az utóbbiaké pedig 1200-ról mintegy 3000-re). E kereskedelmi alapon működő adatbázisokon kívül még mintegy 10 ezer állami adatbázis létezik az országban, ám ezek túlnyomórészt csak „belső használatot” tesznek lehetővé.

A kereskedelmi alapon működő nyilvános adatbázisok szolgáltatásai iránti kereslet meglehetősen behatárolt: 1993 második negyedében 750–1500 millió rubelt tehetett ki. Az intenzívebb fogyasztók száma kb. 8 ezer. E kereskedelmi bankokból és fiókokból, illetve más „mozgékonyabb” vállalkozásokból kikerekedő fogyasztói kör évente egyenként 50–100 ezer rubelt fordít az adatbázisokban való online keresésre. További fogyasztók: 10–15 ezer nagyüzem évi 15–25 ezer rubel ráfordítással, 150 ezer egyéb vállalat évi kb. 5 ezer rubel ráfordítással. Dollárban az éves összeforgalom 2–2,5 millióra becsülhető.

A külföldi (nemzetközi) adatbázisok online használata iránt minimális az érdeklődés. Mégpedig olyannyira, hogy az e célból létrejött vegyes vállalatok, illetve külföldi kirendeltségek (Maxwell Communications Corporation–VINITI, Telebase, STN International) vagy gyorsan megszűntették, vagy meg sem kezdték működésüket.

A piac további alakulását az államnak is elő kell segítenie (bizonyos információk szolgáltatásai további működtetésével, adópolitikával, amely mind a hazai gyártást, mind a külföldi behozatalt elősegíti, s elhárítja a kereskedelem és a verseny útjában álló akadályokat).

A részletezőbb elemzés kimutatja azoknak a fejlődési sajátosságoknak oroszországi meglétét is, amelyek a nyugati piacokat jellemzik, igaz: csak embrionális állapotukban. E sajátosságok pedig a következők:

- A programeszközök, az adatbázisok és a szakértői elemző szolgáltatások hovatovább domináló szerepet fognak betölteni a számítástechnikai piacon a konkrét berendezésekhez képest.

- Az információs termékek értékének növekedésével párhuzamosan a kidolgozók, a szállítók és a felhasználók számára egyaránt meghatározóvá válik a szóban forgó termékek együttműködésre való képessége.
- Az együttműködési csatornák korszerűsödése szükségképpen vezet el az együttműködő elemek láncolata közbülső láncszemeinek kiküszöböléséhez.
- Globalizáció révén mind több állam és gyártó integrálódik a világpiacba, ami orosz vonatkozásban azt is jelenti, hogy a hazai szabványokat hozzá kell igazítani a világszerte érvényesekhez.

- Az eddig felsorolt fejlődési sajátosságok konvergencia felé mutatnak, illetve benne összegeződnek. Ez a konvergencia a gazdasági tevékenységek trendjeiben, a politikai rendszerekben és az életmódban egyaránt meg fog mutatkozni.

/MOLČANOVA, O. P.–RODIONOV, I. I.–TORŽEVSKIJ, A. P.: Analiz rynka informacionnyh sredstv Rossii. = Naučno-Tekničeskaja informacija, ser. 1. 9. sz. 1993. p. 8–19./

(Futala Tibor)

A prágai Euro Info Centrum négy esztendeje

A prágai *Euro Info Centrum (EIC)* a hasonló kelet-közép-európai intézmények között az „első fecskék” egyike volt: levelezőközponti státussal már 1990 őszén megalakult. Elsődlegesen a cseh kis- és közepes vállalatok információellátását kívánja elősegíteni, részben biztosítani az egységes európai piacba történő bekapcsolódásukat, ottani sikeres szereplésüket illetően. Ez egyszerre jelent Európáról és az európai viszonyokról, valamint Csehországról és a csehországi viszonyokról való tájékoztatást.

Az EIC megalakulásakor a Szövetségi Gazdasági Minisztérium „vendéglátását” élvezte. Ez annál is könnyebb volt a szóban forgó főhivatal számára, mert az EIC bútorait, berendezéseit és dokumentációját a belga kormánytól kapta ajándékba. A szövetségi köztársaság megszűnése következtében az EIC-nek új elhelyezést kellett találni. Több elképzelés elvetése után végül a Cseh Köztársaság Nemzeti Információs Központjára (CSK–NIK) esett a választás, aminek az az előnye, hogy az EIC szabadon használhatja e vezető információs intézmény adatbázisait, telekommunikációs berendezéseit és kapcsolatrendszerét. Ezáltal teheti sokkal hatékonyabbá a csehországi viszonyokról szóló tájékoztatást.

A központot igénybe vevők száma évről évre növekszik. 1994 első tíz hónapjában kb. kétezer megkeresés érkezett a címére, illetve jelentkezett helyben. A cseh és a külföldi ügyfelek részben azonos, részben más és más információk iránt érdeklődnek.

A cseh vállalatok és vállalkozók mindenekeelőtt a következőkre kíváncsiak:

- miként lehet egy-egy adott ágazatban partnerkapcsolatokat létesíteni,
- milyen lehetőségek vannak Nyugat-Európában közös vállalatok létesítésére,

- ki vállalkozik a termékek és szolgáltatások értékesítésének közvetítésére,
- milyenek a vámszabályok a különféle nyugat-európai országokban,
- az EU keretében milyen segélyprogramok léteznek,
- a PHARE-program segélyezései miként érhetők el,
- milyen akciókat támogat az EU,
- milyen speciális (pl. adó- és törvényi) szabályok vonatkoznak a vállalkozásokra az egyes országokban?

A külföldi ügyfelek érdeklődését főként a következő vonatkozásokban lehet tapasztalni:

- a cseh vállalkozási környezetről szóló információk,
- információk az egyes cégekről,
- egy-egy ágazatban tevékenykedő cégek jegyzékei,
- információk a cseh törvényhozásról (cégek létesítése, pénzügyek, adók, vámok),
- nyugati termékek értékesítésére képviselő keresése,
- partnerkeresés konkrét termelési vagy kereskedelmi együttműködésre,
- PHARE-információk,
- információk a cseh államigazgatásról,
- információk konkrét intézményekről.

Az EIC a fenti érdeklődést a cseh és szlovák, illetve nyugati adatbázisok használatával, a BRE (Bureau de Rapprochement des Entreprises) partnerkereső szolgálat igénybevételével, a VANS elektronikus hálózata adta lehetőségek kiaknázásával részben saját maga elégíti ki, részben pedig kiközvetíti a megkereséseket a válasza alkalmas intézményekhez. Ezek vagy központi szakintézmények (e tekintetben pl. jogharmonizációs kérdé-