

## A GLOBÁLIS VILÁG „ÚJ GAZDASÁGFÖLDRAJZA” (The „New Geography” of the Global World)

BERNEK ÁGNES

*„Bár egész életemben a nemzetközi közgazdaságtan kutatásával foglalkoztam,  
de csak közel egy éve ismertem fel, hogy valójában mindvégig a gazdaságföldrajzról  
írtam és gondolkodtam anélkül, hogy ennek tudatában lettem volna.”  
(Krugman 1991a, 1)*

### *Paul Krugman és az „új gazdaságföldrajz” fogalma*

A fenti idézet Paul Krugman „Geography and Trade” című, 1991-ben megjelent könyvéből származik, amely lényegében a szerző első olyan értekezése, amelyben a gazdaságföldrajzzal foglalkozik. A könyv címe is jelzi, hogy Krugman a nemzetközi kereskedelem kutatása során jutott el ahhoz a felismeréshez, hogy a térbeli elhelyezkedés, a lokalizáció meghatározó a gazdasági folyamatokban.

*Krugman megfogalmazásában a gazdaságföldrajz nem más, mint „a termelés térbeli elhelyezkedése”* (Krugman 1991a, 1). Véleménye szerint *a gazdasági tevékenységek földrajzának legfontosabb tényezője a koncentráció* (Krugman 1991a, 5). Modelljei a növekvő skáláhozadék elvét alapul véve vizsgálják az agglomerációs gazdaságok kialakulását (Krugman 1991b).

De mitől lesz „új” a szerző által képviselt gazdaságföldrajz? S egyáltalán a Krugman nevéhez kapcsolható „új gazdaságföldrajzi” irányzat gazdaságföldrajz-e vagy sokkal inkább közgazdaságtudomány?

*Jelen tanulmány az „új gazdaságföldrajz” paradigmáját a globális világgazdaság felől kísérli meg bemutatni.* Ezt egyébként az is indokolja, hogy Krugman eredetileg a nemzetközi közgazdaságtannal foglalkozott. Paul Krugman már a „Geography and Trade” című könyvében kiemeli, hogy az 1990-es évekre a gazdaságföldrajz és a nemzetközi közgazdaságtan jelentősen eltávolodott egymástól. Ennek okát ekkor abban látja, hogy a gazdaságföldrajz elsődlegesen egy adott országon, illetve országokon belüli konkrét, valós helyek elemzésével, leírásával foglalkozik.

*Vagyis a gazdaságföldrajz – véleménye szerint – feladta a tér modellező, elméleti jellegű vizsgálatát, annak ellenére, hogy korábban a gazdaságföldrajznak e téren komoly tradíciói voltak.* Krugman „gazdaságföldrajzi” modelljeiben rendszeresen hivatkozik Thünen (1826) izolált város körüli földhasznosítási modelljére a Ricardo nevéhez kapcsolható komparatív előnnyel összefüggésben, vagy Weber (1909) lokalizációs elemzéseire, vagy akár Christaller (1933) és Lösch (1940) központi hely elméletére és az eredetileg Isard (1956) nevéhez fűződő regionális tudományi irányzatra (Krugman 1998, 7). Krugman megfogalmazásában az „új gazdaságföldrajz” éppen azért lesz „új”, mert a gazdaságföldrajz klasszikus irányzatába beépülnek az elméleti modellek. Ezek a modellek a klasszikus lokalizációs elméletek

mellett kiemelten támaszkodnak az „új növekedési” és az „új kereskedelem-elméleti” irányzatokra is.

Ezért is vélik egyre többen, hogy „az új gazdaságföldrajz” paradigmája sokkal inkább közgazdaságtudomány, mint földrajztudomány. Mészáros Rezső megfogalmazásában „földrajzi gazdaságtan” (Mészáros 2000, 91), amelynek „leggyengébb pontja az, hogy szinte teljesen figyelmen kívül hagyja a valóságos helyet a térbeli agglomerációs modellben” (Mészáros 2000, 93). Bár maximálisan egyetértünk Mészáros Rezső megállapításával, mégis úgy gondoljuk, hogy a gazdaságföldrajz szemléletváltásában meghatározó kell hogy legyen a valóságos helyek új szemléletű, nem kizárólag a tényekre koncentráló, hanem összefüggéseket elemző, elméleti kutatási irányokat felvázoló átalakulása. S nem hagyhatjuk figyelmen kívül azt sem, hogy a „földrajzi gazdaságtan” kialakulása azzal is indokolható, hogy az egyes valós helyek földrajzi elemzése immár elképzelhetetlen az alapvető közgazdasági fogalmak, a piacgazdaság lényegi folyamatai nélkül.

Az „új gazdaságföldrajz” paradigmájának – a földrajztudomány képviselőinek minden jogos kritikája ellenére (ennek összefoglalását lásd Martin 1999) – véleményünk szerint nagyon fontos jelentősége van. Ugyanis e paradigma révén a földrajzi elemzések, térbeli vizsgálatok visszakerülhetnek, vagy talán inkább bekerülhetnek a közgazdaságtudomány „mainstream”-jébe, vagyis főáramlatába. Ez egyfelől a gazdaságföldrajz számára is kihívás, hiszen sürgetővé teszi a szemléletbeli váltást, másfelől a közgazdaságtudomány számára is az elméleti, modellező irányzatok újragondolását teszi szükségessé. Vitathatatlan tény, hogy a globális világgazdasági korszak az interdiszciplináris kutatási témakörök megerősödését vonja maga után, így a közgazdaságtudomány és a földrajztudomány „együttműködése” igen prespektívus kutatási területnek nevezhető.

Megítélésünk szerint a gazdaságföldrajzban – legalábbis a világgazdaság térbeli szerveződésének kutatásában – már megkezdődött a paradigmaváltás, s ez elsődlegesen az 1990-es évtizedre alapvetően megváltozott gazdasági, társadalmi, politikai tényezőkre, vagyis összefoglalóan a világgazdasági globalizációra vezethető vissza. Ugyanakkor rendkívül „szerencsés” időbeli egybeesésnek nevezhető, hogy az „új gazdaságföldrajz” paradigmája Paul Krugman kutatásai révén szintén az 1990-es évtizedben jelt meg a nemzetközi szakirodalomban.

### Globalizáció és lokalizáció

Az 1990-es években a tér „újrafelfedezése” a globális világgazdasági korszakhoz kapcsolódik. Ennek legfőbb oka a transznacionális vállalatok tevékenységében és ehhez kapcsolódva a nemzetközi üzletpolitikában keresendő. Ahhoz, hogy egy adott vállalat tevékenységét az egész világot átfogva, vagyis globális térségi szinten szervezhesse meg, ismernie kell az egyes földrajzi helyek adottságait, különbségeit. Ezt a nemzetközi szakirodalom a lokalizáció előtérbe kerülésével foglalja össze.

De mit is jelent a lokalizáció fogalma? A közgazdaságtudomány általában a lokalizációt szembeállítja a globalizációval. Ugyanakkor az is nyilvánvaló, a globalizáció és a lokalizáció egymással egyidőben, egymással párhuzamosan zajló,

szorosan összekapcsolódó folyamatok. Sőt a globális világgazdaság egyik legfontosabb paradoxona éppen az, hogy addig globális a világ, amíg léteznek lokális különbségek.

A lokalizáció fogalmát azonban értelmezhetjük úgy is, mint a globális folyamatok térbeliségét. Más szavakkal, milyen konkrét földrajzi helyekhez kapcsolódik egy adott transznacionális vállalat tevékenysége, s e földrajzi helyek közötti kapcsolatot a vállalat térben hogyan szervezi meg?

Bár a közgazdaságtudományban használt „lokalizáció” fogalma a tér és a hely között rendszerint nem tesz különbséget, de a földrajztudomány és a regionális tudomány ezeket a kifejezéseket mindig is eltérően használta, illetve használja. A terek felosztásában két alapvető tagolási irányt különböztünk el: a vertikális és a horizontális tagolást. A *vertikális térségi felosztás* az egyes térségi szintek (pl. nagytérségi régió, ország, régió, település) megkülönböztetését jelenti, míg a *horizontális térségi felosztás* pl. adott területek, térségek, régiók elhatárolását jelenti (Nemes Nagy 1998, 102). Egyértelmű azonban, hogy e kétféle térségi felosztás egymással szoros kapcsolatban van. A *földrajzi hely megfogalmazható úgy, mint a tér egyik eleme*. Helyen például a térnek azt a részét értjük, ahol egy adott vállalat található. A tér definiálható úgy is, „mint a helyek egyenlőtlensége és rendezettsége” (Nemes Nagy 1998, 86).

#### *A lokalizáció fogalmának átvértékelődése a különböző világgazdasági korszakokban*

Az 1970-es években a világgazdaság fogalmát rendszerint úgy értelmezték, mint az egyes nemzetállamok összességét és a köztük lévő külkereskedelmi kapcsolatokat. A fokozódó nemzetköziesedés alapmutatójának rendszerint azt tekintették, hogy a II. világháború utáni évtizedekben a nemzetközi kereskedelem növekedési rátája meghaladta a nemzetgazdaságok összteljesítményének alakulását. *E nemzetgazdaságok szintjén felépülő világgazdaságnak megfelelően a nemzetközi közgazdaságtudományi szakirodalom a „lokális” kifejezés alatt általában a nemzetgazdaságot (országokat) vagy az ún. nagytérségi régiókat (pl. Európa, Kelet-Ázsia vagy Észak-Amerika) értette (sőt gyakran érte ma is).*

A világgazdaság szerkezeti átalakulása az 1980–1982. évi stagnálás után új irányt vett, s egy tőke- és technológia-intenzív növekedési szakasz vette kezdetét. A világgazdaság legfontosabb folyamatai már nem kizárólag az egyes nemzetállamok szintjén valósulnak meg, s az egyes államok közötti gazdasági tranzakciók egyre inkább háttérbe szorulnak a globális szintű gazdasági folyamatokhoz képest. Korunk világgazdaságát a szakértők olyan átmeneti korszaknak tekintik, amelyben az egyes államok közötti politikai-gazdasági kapcsolatok összességén alapuló világ-gazdasági rendszer egy világméretű piacgazdaság kialakulása felé halad. Vagyis *a világ fokozódó globalitása egyben azt is jelenti, hogy az önálló nemzetgazdaságok felett a hangsúly a globális világpiac meghatározó szerepe felé tolódik el* (Bernek 1999).

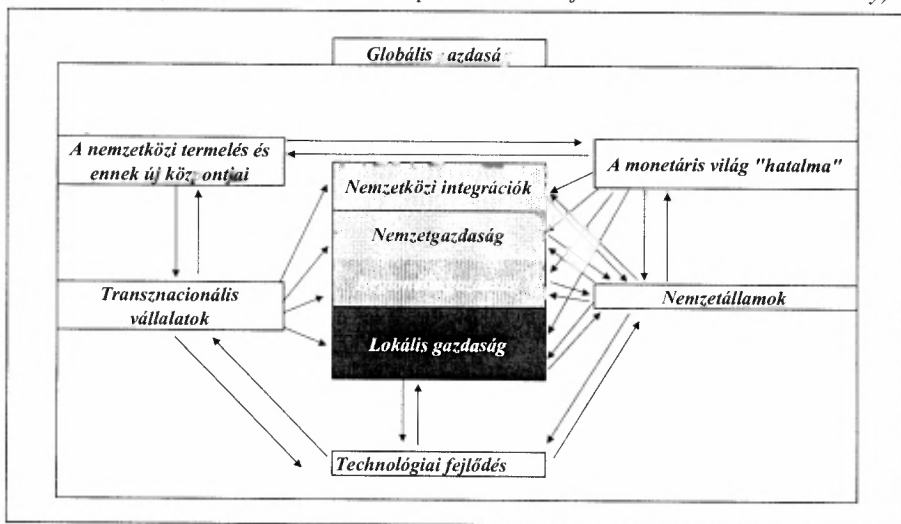
Ahogy az 1. ábrán is látható napjainkban a legfontosabb térségi szint maga a globális gazdaság. E térségi szinten szerveződnek és érvényesülnek a világgazdasági globalizáció legfontosabb elemei és tendenciái: a rendkívül gyors technológiai,

kiemelten kommunikációs technológiai fejlődés; a transznacionális vállalatok és az általuk szervezett nemzetközi termelés; valamint a pénz szerepének és fontosságának korábban sohasem tapasztalt felfutása. De e globális gazdasági folyamatok már nem elsődlegesen a nemzetgazdasági térszinten szerveződnek, sőt a nemzetállamok egyre inkább elvesztik korábbi domináns politikai-gazdasági szerepüket. A világ-gazdasági globalizáció területi szerveződésének lényegi eleme, hogy a nemzetgazdasági szint feletti – nemzetközi integrációk – és különösen a nemzetgazdasági szint alatti térségi szintek – regionális gazdaság, lokális gazdaság – szerepe egyre fontosabbá válik. Így a lokalizáció kifejezése a közgazdaság-tudományban is jelentősen átalakul. A transznacionális vállalatok nemzetközi üzletpolitikájában, a nemzetközi bankok tevékenységében immár a nagytérségi erőterek és az országok mellett egyre inkább előtérbe kerülnek a régiók, a térségek, a települések.

A következőkben a három világ-gazdasági globalizációs folyamatot elemezzük választ keresve arra a kérdésre, hogy a koncentrációs és dekoncentrációs tendenciák hogyan érvényesülnek a globális világ-gazdaság térszerveződésében. Vagyis a világ-gazdasági kutatások terén keresünk igazolást arra a „krugmani” megállapításra, miszerint a gazdasági tevékenységek térbeli szerveződésének legfontosabb eleme a koncentráció. Továbbá tanulmányunk végén összefoglaljuk a globális világ-gazdaság „új gazdaságföldrajzában” legfontosabb elemeit.

### 1. ÁBRA

A globális világ-gazdaság legfontosabb folyamatai és térségi szintjei  
(The Most Important Processes and Spatial Levels of the Global World-Economy)



Forrás: Dicken P. (1998, 425) ábra nyomán

### *A gyors technológiai fejlődés hatása a világgazdaság térszerveződésének átalakulására*

A legfontosabb „térstűkítő” technológiák a közlekedési és kommunikációs eszközök. Ezek nélkül napjaink globális rendszere nem is létezhetne, a transznacionális vállalatok által szervezett nemzetközi termelés nem is valósulhatna meg.

Napjaink globalizációjának alapját a *kommunikációs, s kiemelten az információs technológia ugrásszerű fejlődése* jelenti. *A kommunikáció fejlődése átalakította a világ minden része között a tér-idő kapcsolatokat.* Egyre inkább megszűnnek azok a tér- és időhatárok, amelyek korábban elválasztották egymástól a nemzet-gazdaságokat. De ez nem minden földrajzi helyet és minden embert érint egyformán. *Az időben és térben konvergáló folyamatokhoz paradox módon földrajzi egyenlőtlenség társul.* Általában azt mondhatjuk, hogy azok a földrajzi helyek, amelyek képesek e kommunikációs innovációk előnyeit kihasználni, az információs világ számára „fontos” helyek. A kommunikációs technológia újításai általában piac-orientáltak, így azokra a földrajzi helyekre irányulnak, ahol a várható haszon a legnagyobb. A kumulatív hatás abban nyilvánul meg, hogy egyaránt „megerősödnek” a *globális szintű kommunikációs hálózatok és e hálózatok központjai is (városok és/vagy országok)* (Dicken 1992, 110).

### *A technológiai fejlődés hatása a termelési folyamatok átalakulására*

A gyors technológiai fejlődés nagyon fontos – illetve alapvető – a termelés, a termelési folyamatok változásában. A fordista termelési rendszert a nagyon nagy méretű, futószalag rendszerű termelési egységek jellemezték, amelyek nagy volumenben állítottak elő standard jellegű termékeket tömegfogyasztási célra. Az új termelési rendszer, a posztfordizmus lényege a flexibilitás: rugalmas termelési rendszerek, azonnal változtatható vállalati szervezethez és legfőképpen szoros kapcsolat a gyártó cégek és a fogyasztók, a piac igényei között.

A jelenlegi globalizációs korszakban mindezek a technológiai változások nagyon szoros kapcsolatban állnak a transznacionális cégek termelési folyamataival. Az erős piaci versenyben az új termékek gyártása, illetve az állandó újítás elengedhetetlen a vállalatok profit termeléséhez, s általában véve a vállalatok fennmaradásához.

A *Vernon (1966) nevéhez kapcsolható termékciklus elmélet* alapja a *műszaki fejlesztésből származó versenyelőny* (Vernon 1966). Az elmélet szerint a piacon bevezetésre kerülő új termék életciklusa öt fázisra osztható: *a bevezetés, a növekedés, az érettség, a visszaesés és az elavulás szakaszaira.* Mindegyik fázisban más és más termelési tényezők a meghatározóak, így más és más piaci versenyelőny kerül előtérbe. Általában véve azt mondhatjuk, hogy a kutatás-fejlesztéstől a versenyelőny egyre jobban az árra helyeződik át, ami a termelési tényezők más és más kombinációját követeli meg. Amíg egy új termék bevezetéséhez igen jelentős K+F ráfordítás szükséges, s így magas szinten képzett munkaerőre van szükség, addig a növekedési szakasztól az alapképzettségű munkaerőt igénylő termelésre tevődik át a hangsúly. Ezt másképp úgy is megfogalmazhatjuk, hogy *a termékspecifikus*

*technológiáról eltolódás tapasztalható a költségminimalizálás által meghatározott termelési technológia felé.*

### *A kutató és fejlesztőtevékenységek térbeli koncentrációja*

Vitathatatlan tény, hogy a korszerű kommunikációs technológiák révén a nemzetgazdaságok földrajzi határai korábbi elválasztó szerepüket elvesztik, s a gazdasági folyamatok korábbi erős területi koncentrációja is megszűnik. Míg a fordista termelési rendszer klasszikus iparvidékeinek legfontosabb telepítési tényezői a természeti erőforrások voltak, addig a szolgáltatási tevékenységek dominanciájával jellemezhető *posztfordista termelési rendszer legfőbb meghatározó tényezője a piac, s mindez a területi dekoncentráció, a területi diffúzió irányába hat.*

De a 21. században a területi dekoncentrációval egyidőben *a gazdasági koncentrációs folyamatok is újraélednek, nevezetesen a kutatási- és fejlesztőtevékenységek által kialakított technológiai övezetek vagy más szóval ipari körzetek révén.*

„Az ipari körzetek esetében a lokalitáson, a körzeti kapcsolathálón van a hangsúly. E lokális kapcsolatháló 'szemei' a következők: a helyi üzleti szféra, a lokális kormányzati szervek, a helyi egyetemek és kutatóintézetek, illetve a helyi nem állami közszolgálati intézmények.” (Kocsis–Szabó 2000, 146)

Az *európai ipari körzetek* (pl. a németországi Baden–Württemberg és a Harmadik Olaszország – Toscana, Emília és Veneto tartományok) tanulmányozása során több szerző is kiemeli a gazdasági szereplők közötti bizalmi kapcsolatokat és a történelmileg kialakult lokális kultúrából fejlődő helyi intézmények rendszerét illetve hálózatát (Kocsis–Szabó 2000, 146). Ezzel ellentétben *az észak-amerikai ipari körzetekben* a piaci elvekre épülő partnerség dominál a gazdasági szereplők és az intézmények kapcsolatában, s ezt elsősorban az innováció és a versenyképesség vezérli. A bizalommal szemben inkább a kiszámíthatóság elve érvényesül. De e „bizalom” is átértékelődik, így az egész világgazdaság vezető K+F területén, a *Szilícium-völgyben* a kulcsjelenséget a „teljesítmény generálta bizalomban” jelölik meg. Vagyis a bizalom a teljesítményből indul ki, s nem a közösségekből (Kocsis–Szabó 2000, 152).

#### *A Szilícium-völgy – a világ K+F tevékenységének „fellegvára”*

A San Franciscótól délre San Joséig húzódó kaliforniai területen 2,3 millió fő él. Az e területen előállított GDP nagyságát 65 milliárd dollárra becsülik. (Összehasonlításként itt utalunk arra a tényre, hogy a Magyarországon élő 10 millió fő által előállított GDP értéke 46 milliárd dollár!) Az évi átlagos munkabér 46 ezer dollár szemben a 29 ezer dolláros országos átlaggal. 1997-ben 2,7 milliárd dollár kockázati tőkét szívott fel ez a körzet, ami az abban az évben befektetett összes amerikai kockázati tőke-beruházás közel 20%-a volt.

A Szilícium-völgy vezető iparágai: a mikroelektronika, a félvezetők termelése – a félvezetőipar és a Szilícium-völgy neve szinonim fogalommal vált – (Intel, AMD, National Semiconductor), később ehhez társultak a számítógépgyártók (Apple, Sun Microsystems, Hewlett-Packard stb.) és a komputerhálózatok – a hardver és szoftver egyaránt (Cisco, Netscape, Yahoo, Broadvision) –, és végül a biotechnológia, orvosi műszerek, gyógyszerek stb.

A Szilícium-völgy két legfontosabb cége a Hewlett-Packard és az Intel. A világ 44. legnagyobb vállalatának (Fortune, Global 500, az 1999-es összes jövedelem adatai alapján), a Hewlett-Packard cégnek a székhelye, a „HQ-ja” Palo Altóban található. Az IBM után jelenleg a Hewlett-Packard a világ második legnagyobb hardvergyártó cége. A világ processzorgyártásában vezető pozícióval rendelkező Intel cégnek a „HQ-ja” Santa Clarában van. 1999-ben a világ 500 legnagyobb vállalata közül az Intel cég a 7. helyet foglalta el a tekintetben, hogy az összes jövedelmének 25%-a volt a profit.

(Forrás: Kocsis-Szabó 2000, 150; Fortune 2000, F-1-42)

Mind az európai, mind az észak-amerikai K+F tevékenységeket tömörítő ipari körzetekhez képest eltérően szerveződnek a *japán technopoliszok*. Ugyanis a japán technológiai körzetek létrehozatala annak a tudatos kormányzati programnak a részét alkotja, amelynek az elsődleges célja a gazdasági élet térbeli koncentrátsági fokának csökkentése. Ugyanis Honshu szigetének délkeleti partján húzódik végig az az ipari sáv, ahonnan Japán ipari termelésének 2/3-a származik. A Tokió–Kawasaki–Yokohama városegységes egymaga adja az ország ipari termelésének közel 1/3-át.

Az 1990-es évek elején meginduló *technopolisz program* is e keleti parti nagy koncentrációk túlsúlyának csökkentését tűzte ki célul. A K+F ágazatokat, s az ehhez kapcsolódó kutató és fejlesztő tevékenységeket, egyetemeket tömörítő, legkorszerűbb infrastruktúrával, kommunikációs hálózatokkal felszerelt új városokat a szigetek azon területeire telepítik, amelyek az ország gazdasági fejlődéséből mindeddig kimaradtak.

### *Koncentrációs és dekoncentrációs tendenciák a transznacionális vállalatok térbeli szerveződésében*

#### *A transznacionális vállalatok világgazdasági jelentősége*

1999-ben az ENSZ mintegy 63 ezer transznacionális céget tartott nyilván, s e cégeknek közel 690 ezer külföldi leányvállalata volt. A külföldi leányvállalatok bruttó termelési értéke 1982 és 1999 között több mint ötszörösére nőtt. Az 1998-as adatok alapján megállapíthatjuk, hogy a külföldi kézben lévő vállalatok termelési értéke immár meghaladta a világ összes GDP értékének 10%-át. Sőt a külföldi tulajdonú cégek exportja 1998-ra már a világ összes export értékének közel felét érte el! (U.N. UNCTAD 2000)

Az anyavállalatok és a leányvállalatok földrajzi megoszlása azonban rendkívül egyenlőtlen. A nemzetközi üzletpolitika lokalizációs döntéseinek alapvető tényezője, hogy a transznacionális vállalatok anyavállalatainak közel 80%-a a fejlett országokban, a külföldi leányvállalatoknak viszont majdnem 90%-a az alacsony és a közepes jövedelmű államokban található. Ez a nemzetközi üzletpolitika telepítési tényezőinél felértékelí bizonyos fejlődő országok földrajzi jellegzetességeit. Az ún. „emerging markets”, vagyis a feltörekvő piacok közé soroljuk Kínát, ahol mintegy 240 ezer leányvállalat található, s ez a világon lévő összes leányvállalatnak az 1/3-a. A kelet- és délkelet-ázsiai térségben több mint 80 ezer leányvállalat van, s így a nemzetközi menedzsmentben az exportösztönző iparpolitikát folytató országok igen fontosak. Az 1990-es évek végére a transznacionális vállalatok nemzetközi üzlet-

politikájában felértékelődött a közép- és kelet-európai régió is, ugyanis a világon lévő összes leányvállalat immár több mint 1/3-a itt lokalizálódik.

*A transznacionális vállalatok nemzetközi tevékenysége – az elméletben és a gyakorlatban*

A közlekedési és a kommunikációs berendezések jelentik az alapját a nemzetközi gazdasági tevékenységnek, a transznacionális vállalatok Földünk egészét átfogó gazdasági aktivitásának. De egyértelmű elméleti választ adni arra igen nehéz, hogy a cégek milyen szempontok alapján döntenek tevékenységük külföldre történő részbeni vagy teljes kitelepítéséről, illetve arra, hogy egy cég miért éppen az adott országban eszközöl befektetéseket, és ennek révén milyen jellegű előnyökre tesz szert. A transznacionális vállalatok tevékenységének magyarázatára nincsen általánosan elfogadott elméleti megközelítés, inkább csak más és más megközelítési szempontokat kiemelő „rész-magyarázatok” vannak.

E „rész-magyarázatok” szintetizálására tett kísérletet Dunning (Dunning 1988) az eklektikus elmélet megalkotásával. Ennek alapfeltevése a következő: a vállalat az exporttal szemben akkor részesíti előnyben a működőtőke-beruházást, ha ezzel a cég tulajdonosi és tranzakciós költségelőnyökre tehet szert, valamint a helyi termelési feltételek is kedvezőek (Szanyi 1997). Dunning a stratégiai helyzet-előny forrásait három csoportra osztja: nevezetesen a *tulajdonpecifikus előnyök* (*O – ownership advantages*), a befektetés helyére vonatkozó *lokalizációs előnyök* (*L – locational advantages*) és az *internalizációs előnyök* (*I – internalization advantages*). A három kezdőbetű összeolvasásából ered a nemzetközi szakirodalomban elterjedt *OLI-paradigma* elnevezés.

Dunning a beruházásokat négy fő csoportba sorolja, nevezetesen a *helyi erőforrásokat kiaknázó külföldi befektetések*; a *piacorientált beruházók*; a *hatékonyságnövelő beruházások*; a *stratégiai előnyöket (mind globális, mind országos szinten) érvényesíteni kívánó beruházások*. Dunning megítélése szerint a helyi erőforrás- és a piacorientált beruházások a bemutatkozó, első befektetések. A hatékonyságnövelő és a stratégiai előnyökre törekvő befektetések általában pótlólagos jellegűek, tehát már létező kapacitásokat változtatnak meg. Az elmúlt 10–15 évben a nemzetközi működőtőke-beruházásokban megfigyelhető változások nagyrészt e két utóbbi beruházástípus térnyerésére vezethetők vissza.

Az 1. táblázat a nemzetközi beruházások négy fő típusát mutatja abból a szempontból, hogy az egyes beruházástípusoknál milyen jellegű tulajdonspecifikus, lokalizációs és internalizációs előnyök a meghatározóak. Bár a nemzetközi szakirodalomban a Dunning nevéhez kapcsolható eklektikus elmélet a leginkább elfogadott, a jövőben a világgazdasági illetve vállalati kutatások egyik feladata lesz, hogy igazolják ezt az elméletet az egyes vállalatok konkrét üzletpolitikájának elemzése révén.



1. TÁBLÁZAT  
*Dunning eklektikus elmélete (1993)*  
(*Dunning's Eclectic Theory [1993]*)

A nemzetközi beruházás típusa	"miért?" Tulajdonspecifikus előny	"hová?" Lokalizációs előny	"hogyan?" Internalizációs előny
<i>Helyi erőforrásokat kiaknázó</i>	Tőke, technológia, piacra jutás, nyereségesség, versenyképesség növelése	Termelési tényezők költségeiben lévő eltérések	Árszabályozás, piacok irányítása, ellenőrzése
<i>Piacorientált</i>	piaci (globális, regionális, lokális) sikeresség növelése, helyi piac ellenőrzése	költségek különbségei, piac mérete és jellege, kormányzati politika	tranzakciós költségek csökkentése, igazodás a helyi igényekhez
<i>Hatékonyagsnövelő</i>	a már létező beruházások racionalizálása	a nemzetgazdaságok termelési specializációja és koncentrációja	vertikális vállalati integráció - vállalati értéklánc
<i>Stratégiai előnyöket érvényesítő</i>	hosszú távú stratégiai célok, nemzetközi versenyképesség fenntartása	a fenti tényezők és az adott térségi szint versenyképessége (?)	kompetitív és stratégiai előnyök, kockázatsökkentés, a piacok ellenőrzése

Forrás: Dicken P. (1998, 185) táblázat nyomán.

*A transznacionális vállalatok térbeli felépítése*

A továbbiakban a transznacionális vállalatok térbeli felépítését három szempont alapján vizsgáljuk, egyrészt az „intra-firm” kereskedelem alapján, másrészt a vállalati központok, vagyis „headquarter”-ek földrajzi elhelyezkedése, valamint a termelési egységek lokalizációja alapján.

Nyilvánvaló, hogy a vállalatok más és más funkciót ellátó egységeinek különböző lokalizációs igényei vannak. *A központ, a „headquarter” a vállalat térbeli felépítésében a koncentrációt erősíti, míg a termelés globális szinten történő megszervezése a térbeli dekoncentráció irányába hat.* További kutatásokat igényelne, hogy a világ legnagyobb cégeinél milyen a koncentrációs és dekoncentrációs térbeli szerveződés egymáshoz viszonyított aránya.

*A transznacionális vállalatok térszerveződése az intra-firm kereskedelem alapján*

A transznacionális cégek térszerveződését elméletileg felvázolhatnánk a cégek világméretű eladásai, illetve a cégeken belüli (az „intra-firm”) kereskedelem segítségével. Az ENSZ 1998-as „World Investment Report” c. jelentése szerint a világkereskedelem közel 2/3-át a transznacionális vállalatok bonyolítják le, és ennek az árucserének majd a fele a konszernekhez tartozó vállalatok hálózatán belül megy végbe. Vagyis *a globális világ gazdaság időszakában a nemzetközi kereskedelem több mint 30%-a „intra-firm” kereskedelemnek tekinthető.*

Az ENSZ „World Investment Report” c. 1996-os jelentése a transznacionális vállalatok szervezeti felépítése és az intra-firm kereskedelem változó jellege és fontossága közötti kapcsolatot a következőképpen jellemzi: ha nemzetközi cégek az ún. „multidomestic” stratégiát – a leányvállalatok viszonylagos önállósággal rendelkeznek, és egy adott termelési folyamatot teljes egészében elvégeznek – követik, akkor alacsony a vállalaton belüli kereskedelem volumene. Lényegében ez csak az anyavállalatok szállításait jelenti az alapberendezések és szolgáltatások vonatkozásában a leányvállalatokhoz. Az egyszerű vállalati integráció keretében nyilván nő az intra-firm kereskedelem nagysága. Azt, hogy a vállalaton belüli kereskedelem terén az anyavállalatok leányvállalatokhoz történő exportja-e vagy a leányvállalatoktól érkező importja-e a fontosabb az dönti el, hogy a leányvállalatoknak milyen szerepe van a vállalati termelésben. Így, ha a leányvállalat elsődlegesen beszállítói munkát végez, akkor nyilván a vállalaton belüli import a meghatározó. A komplex regionális vagy globális vállalati stratégia esetén az eredményesség hatásfokának növelése (az ún. „efficiency-seeking” stratégia) mindenekelőtt áll, így a termelés specializációjának és földrajzi szétterjedésének következtében egyre sokrétűbb vállalaton belüli kapcsolatok alakulnak ki. Sőt az intra-firm kereskedelem már nemcsak kétirányú, az anyavállalat és a leányvállalat között bonyolódó, hanem a leányvállalatok között is egyre jelentősebb (az ún. „inter-affiliate” kereskedelem). Lényegében a minél nagyobb volumenű és minél sokrétűbb vállalaton belüli kereskedelem az adott vállalat komplex integrációs szintjének fokmérője.

Azonban az „intra-firm” forgalom pontos értékeinek meghatározása gyakorlatilag lehetetlen. E probléma az ún. „transfer prices”-ra, azaz a transzferárakra vezethető vissza. Ennek lényege, hogy az egyszerre több nemzetgazdaságban leányvállalatokkal rendelkező transznacionális társaságok a leányvállalatok közötti forgalomban speciális árakat alkalmaznak.

Az előző problémák figyelembevételével érthető, hogy a nemzetközi szervezetek és az e témával foglalkozó tanulmányok rendszerint csak két ország, az USA és Japán vonatkozásában elemzik az „intra-firm” kereskedelmet, hiszen többnyire csak e két államra állnak rendelkezésre összehasonlítható adatsorok.

Az OECD „Globalisation of Industry” c. 1996-os jelentése szerint (OECD 1996) az USA külkereskedelmének 1/3-a vállalaton belüli kereskedelem, azonban a várakozásokkal szemben a vállalaton belüli kereskedelem aránya az USA összes külkereskedelméből nem emelkedett jelentősen 1977 és 1989 között. A vállalaton belüli kereskedelem fontossága kizárólag csak az import terén (az USA-ban lévő anyavállalatok importja a külföldön lévő leányvállalataiktól) fokozódott. Ez konkrétan a Japánból és a Dél-Koreából érkező gépek és közlekedési eszközök növekvő vállalaton belüli behozatalát jelenti. Általában véve az USA „intra-firm” kereskedelmének áruszerkezeti összetételére jellemző a tőke- és technológia-intenzív, s továbbá a magas szinten képzett munkaerőt igénylő feldolgozó-ipari ágazatok domináns jellege.

Japán esetében az OECD e tanulmánya szintén közel 1/3-ra becsüli a vállalaton belüli kereskedelem arányát az összes külkereskedelemből. Az áruszerkezeti összetétel terén azonban eltérés tapasztalható e két ország között. Nevezetesen a japán

vállalatokon belüli forgalomban a kis- és nagykereskedelemnek nagyobb az aránya (bár itt is a K+F termékek a meghatározóak), mint az amerikai központú cégek esetében (Bonturi–Fukaasaku 1993). Ez viszont a *transznacionális vállalatok sajátos japán nemzeti karakterére* vezethető vissza, nevezetesen a kereskedő házakra, az ún. „sogo shosha”-kra. *Japán hat legnagyobb kereskedő háza* az 1999-es jövedelmi szint szerinti sorrendben a következő (zárójelben jelölve a „Global 500” rangsorában elfoglalt helyet): Mitsui (6), Mitsubishi (7), Itochu (10), Sumitomo (12), Marubeni (14) és a Nissho Iwai (25). Vagyis a japán cégek világgazdasági fontosságát elsődlegesen nem a termelés nemzetközi szinten történő szervezése alapozza meg, hanem a világszintű marketing tevékenység. A „sogo shoska”-k a *következő szolgáltatási tevékenységeket* végzik: pénzügyi tevékenységek, információ- és tanácsadásnyújtás, kockázatsökkentő tevékenységek, szervezési és koordinációs tevékenységek, egyéb kiegészítő szolgáltatások.

Mindezek jelen esetben azért is külön figyelmet érdemelnek, mert a *vállalaton belüli szolgáltatás-kereskedelem* fontosságára utalnak. Napjainkban ennek egyik tipikus formája az ún. „*offshore back offices*” működése. Az informatikai hálózatok széles körű kiépítésével, az adatok feldolgozásának és továbbításának számítógépes lehetőségével a nemzetközi cégek egyre inkább azt a vállalat szervezési gyakorlatot követik, hogy a cégek működéséhez szükséges kiegészítő jellegű rutinfeladatokat a cég központjától földrajzilag messzebb lévő, adómentes vagy alacsony adózású országokban végeztetik el. Ennek egyik igen szemléletes példája a következő:

„Az American Airlines a jegyek értékesítéséhez kapcsolódó számlákat és a jegyek kuponjait Texasban, Dallasban gyűjti össze. Majd ezt egy menetrendszerinti járaton Barbadosba szállítják feldolgozásra, az adómentes területen működő leányvállalathoz, az ún. 'AMR Information Services/Caribbean Data Services'-hez. Barbadosban naponta 800 ezer (!!!) repülőjegyet állítanak elő, s ezt a cég műholdas informatikai rendszerén keresztül továbbítják az USA-ba.” (U.N. UNCTAD 1996, 107)

#### *A transznacionális vállalatok központjai, vagyis „headquarter”-ei*

A transznacionális vállalat „headquarter”-e, a továbbiakban HQ-ja, a vállalatok működésében meghatározó jelentőséggel bír. *A stratégiai döntések teljes körét itt hozzák, a hosszú távú vállalati politika minden tényezőjét itt elemzik. A központi HQ a transznacionális vállalatok többségében a regionális HQ-k rendszerén át irányítja a vállalatot.* Bár a vállalati nemzetközi szakirodalom ezt „regionálisnak” nevezi, de e regionális vállalati központok különböző térségi szintekhez kapcsolódhatnak. Leggyakrabban nagytérségi régióhoz, pl. Európai Unió, vagy Kelet-Közép-Európa, vagy akár Délkelet-Ázsia. De kiemelkedően fontos nemzetgazdasági piacon – pl. Oroszország vagy Kína – országos jelentőséggel bírnak. E regionális HQ-k általában döntéshozó és irányító jogkörrel az adott befogadó térség vonatkozásában rendelkeznek.

*A központi és regionális HQ-k meghatározó telepítő-tényezői a következők:*

- A legfontosabb telepítő-tényező a *stratégiai földrajzi helyzet*. Az 1970-es évek világgazdaságában ez főként a gazdasági-politikai szempontból meghatározó szereppel bíró országban, térségben vagy akár településen lévő elhelyezkedést,

valamint az igen kedvező közlekedés-földrajzi helyzetet jeleltette. A globális világban mindez kiegészül az információs hálózaton belüli elérhetőséggel, vagyis a virtuális térben lévő stratégiai helyzettel.

- Napjainkban egyre meghatározóbb telepítő-tényező az, hogy *a központi illetve a regionális HQ-nak teret adó település milyen minőségű üzleti központ*. Nevezetesen, hogy milyen jellegűek és főként színvonalúak az itt lévő szolgáltatási tevékenységek. Továbbá, hogy rendelkezésre áll-e speciálisan képzett – főleg az információs technológiában jártas – munkaerő. Új fogalomként jelent meg az utóbbi időben, az ún. globális munkás kifejezés, amely adott lokális szinten élő, de a globális világpiac igényének megfelelő képzettségi színvonnallal rendelkező munkavállalót jelenti.
- *A vállalati és regionális központok területi agglomerálódási folyamatokat eredményeznek*. Adott területi agglomeráció megléte, illetve az ezt elősegítő tényezők önmagukban véve is meghatározó telepítési tényezőket jelentenek. Különösen a földrajzi közelség, az ún. „face-to-face” kontaktus az, amely a vállalatok közötti sokrétű kapcsolatokat segíti elő.

*A globális világ gazdaság irányító központjai az ún. „global city”-k, vagyis a globális városok. New York, Tokió és London a globális világ központjai. E három város nemcsak a legnagyobb vállalatok HQ-jait tömöríti, de egyben a világ legnagyobb pénzügyi központjai is.* A transznacionális vállalatok és nemzetközi pénzügyi folyamatok szoros összefonódására utal az is, hogy a regionális szerepkörű vállalati központok és pénzügyi központok is közel megegyeznek egymással.

Arra a kérdésre, hogy mely városok a legfontosabbak a globális világban talán a legegyszerűbben úgy adhatunk választ, hogy megvizsgáljuk, a világ 500 legnagyobb vállalatának (vagyis az ún. Global 500-nak) hol vannak a HQ-jai. (Fortune 2000, F-25–42) A korábban említett erős térbeli koncentrációs hatásoknak köszönhetően adott városok nemcsak bizonyos vállalatok központjait, hanem más vállalatok regionális központjait is tömörítik. Összefoglalva megállapíthatjuk, hogy *az adott nemzetgazdasághoz kötődő legnagyobb vállalatok központjainak területi elhelyezkedése* (pl. hol vannak a „Global 500” között szereplő amerikai, japán vagy akár kínai cégek HQ-jai?) *megfelel az adott nemzetgazdaság térbeli szerveződésének*. Nevezetesen a legfejlettebb országokban – mivel sokkal kiegyenlítettebb a gazdaság területi szerveződése – a vállalatok központjai az adott nemzetgazdaság vezető városaiban találhatók. Ugyanakkor a gazdasági fejlettség alacsony vagy közepes szintjén álló nemzetgazdaságokban lényegében csak a fővároshoz (illetve az ország legjelentősebb városához) kapcsolódnak a legnagyobb vállalatok HQ-jai. Például Kínában Peking, Dél-Koreában Szöul, vagy Oroszországban Moszkva az, amely ezen nemzetiségű világcégek HQ-jait tömöríti.

*Az ún. Global 500 rangsorában lévő vállalatok közül 107 volt japán nemzetiségű.* A japán gazdaság igen erős területi koncentrációjára utal, hogy a 107 japán cég közül 72-nek a székhelye Tokióban található.

*38 cégnek volt a székhelye az Egyesült Királyságban.* London világvárosi szerepkörét az is erősíti, hogy 24 vállalatnak a HQ-ja itt található. Az 1990-es évek elejétől a londoni

ni agglomerációs folyamatoknak köszönhetően a délkeleti és a délnyugati partvidék vezető városai is már több világcég regionális székhelyének adnak otthont.

*1999-ben 37 vállalat volt francia nemzetiségű.* Franciaország gazdaságának térbeli szerveződését azzal a kifejezéssel is szokták szemléltetni, hogy „Párizs és a francia sivatag”. Ezt támasztja alá az a tény is, hogy a 37 világcég közül 26-nak Párizsban volt a központja.

*A német vállalatok száma 37 volt a „Global 500” rangsorában.* A világ ötödik legnagyobb vállalatának (az eladási érték alapján), a Daimlerchryslernek Stuttgart, míg a Volkswagennek Wolfsburg ad otthont. A többi német világcég HQ-jainak területi elhelyezkedésében München, Düsseldorf és Frankfurt szerepe meghatározó.

*1999-ben a világ 500 legnagyobb cége közül a legtöbbnek, 179-nek az USA-ban volt a székhelye.* De hol is vannak az USA legfontosabb HQ-jai? Ez szoros összefüggésben áll az USA nemzetgazdaságának jelenlegi térszerveződésével, vagy más szavakkal a tőke- és technológia-intenzív ágazatok által dominált új gazdaság ún. forró pontjaival. Az új gazdaság, avagy a jelen és a jövő legfontosabb húzóágazatai a következők: a hardver- és a szoftvergyártás, a telekommunikáció, a biotechnológia, a filmgyártás, a pénzügyi szolgáltatások, valamint a turizmus.

A 20. század közepén az USA gazdasági termelésének központja három régió volt: nevezetesen Új-Anglia, a Közép-Atlanti térség és a Közép-Nyugat keleti államai. Ebből a térségből származott ekkor az ország összes ipari termelésének 2/3-a. Bár napjainkban ezek az államok már csak 1/3-át adják az USA összes ipari termelésének, jelentőségük azonban meghatározó, hiszen a világ és az USA legnagyobb cégeinek székhelyeit tömörítik. A világ legnagyobb vállalatának, a General Motorsnak a székhelye Detroit-ban található. A Ford Motor székhelye Michigan államban, az 1999-ben legtöbb profitot termelő General Electric székhelye Connecticutban van. E „klasszikus” iparágak fontosságát megtartva e régió gazdasági szerepköre alapvetően megváltozott, immár az USA globális világpiaci vezető szerepköréhez kapcsolódó tevékenységeket tömöríti. Kiemelkedően fontosak a pénzügyi szolgáltatások, a világ legnagyobb bankjainak itt van a központja. 1999-ben a 179 amerikai vállalatból 24-nek (főként bankoknak és pénzügyi szolgáltatást végző cégeknek) New Yorkban volt a székhelye, így például a Citigroupnak, az American Expressnek, vagy akár a J.P. Morgan & Co.-nak.

A déli államok gazdasági jellegéhez rendszerint a gyapot- és dohánytermelést (és feldolgozást), valamint a kőolaj-kitermeléshez (a világ legnagyobb kőolaj-finomító cégének, az Exxon Mobilnak a székhelye Irvingben, Texas államban található) kapcsolódó vegyipart szoktuk társítani. Austin, Houston (Compaq Computer székhelye), vagy Orlando napjainkban az elektronikai és biotechnológiai ágazatok főbb központjai. A gyorsan fejlődő Atlanta (a Coca-Cola és a Home Depot székhelye) és Charlotte (itt található a Bank of America Corp.-nak, 1999-ben a világ második legnagyobb kereskedelmi és hitelbankjának a vállalati központja) immár pénzügyi tevékenységeikről is ismertté váltak. A nemzetgazdasági fellendülésre és a fizetőképes vásárlóerő növekedésére utal, hogy a belföldi és nemzetközi turizmus (Branson, Orlando, Miami) is húzóágazatnak minősül. A déli államok jelentőségé-

nek növekedése 1994-től a NAFTA (az Észak-Amerikai Szabadkereskedelmi Megállapodás) aláírásának is köszönhető. A NAFTA-tag Mexikón kívül a többi latin-amerikai állam is egyre fontosabbá vált az USA számára. A térségben több olyan transznacionális cég székhelye található, amelyek elsődlegesen Latin-Amerikába helyeznek ki működőtöket.

A nyugati államok felemelkedése részben a csendes-óceáni térség gazdasági fellendülésének is köszönhető. 1989-ben lépett életbe az APEC (Ázsiai–Csendes-óceáni Gazdasági Konferencia), amely a Csendes-óceán menti legjelentősebb államokat fogja össze, immár 21 tagja van. A hegyvidéki régióban lévő Provo és Denver az elektronikai és telekommunikációs cikkek, valamint a szoftvergyártás központjai. A Szilícium-völgy (Hewlett-Packard, Intel) a mai napig a csúcstechnológiai iparágak legfontosabb kutatóközpontjait tömöríti. Az USA szoftvergyártása nagyrészt a Csendes-óceán mellékére települ: San Jose (Cisco Systems), Portland, Seattle (Microsoft) a vezető „szoftverbirodalmak”. Kalifornia egyben „speciális” szolgáltatási ágazatairól is híres: úgymint a filmgyártás, valamint a belföldi és a nemzetközi turizmus.

#### *A transznacionális vállalatok termelési egységei*

A transznacionális vállalatok termelési egységeinek térbeli szerveződését illetően négy alaptípust különböztetünk meg (Dicken 1998, 215–218). Ezt szemlélteti a mellékelt 2. ábra is. A *globálisan koncentrált termelés* a legegyszerűbb típus. A teljes termelési folyamat egyetlen földrajzi helyen (az esetek többségében egyetlen országban) lokalizálódik, s a termékek a transznacionális vállalatok marketing tevékenysége és értékesítési hálózata révén kerülnek a világpiacra. Porter (Porter 1990) ezt a vállalati versenysztratégiát „basic” globális stratégiának is nevezi. A nemzetközi vállalatokkal foglalkozó szakirodalom szerint e vállalati termelési típus azokra a japán cégekre jellemző, amelyek a termelést még nem, de az értékesítést már globális szinten szervezik.

A *fogadóország piacára irányuló termelést* a szakirodalomban „stand-alone” vagy „multidomestic” stratégiának is szokták nevezni. Lényege, hogy a leányvállalatok termelésének elsődleges célja a fogadóország piacának ellátása az adott termékekből. Porter meghatározásával élve: a nemzetközi termelést folytató cég elhelyezkedése földrajzilag dekoncentrált és a cég tevékenységének koordinációja még kevésbé szervezett, hiszen a leányvállalatok még viszonylagos önállósággal rendelkeznek (Porter 1990).

A fogadóország piacára irányuló termelés esetén a speciális lokalizációs kritériumok a következők: a piac mérete; az adott termékre vonatkozó fogyasztói kereslet; a fogyasztói ízlés kulturális különbségei; a költségsökkentésből eredő előnyök; az adott piacra történő exportálás túlságosan magas vámtételei.

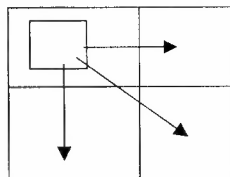
Bár a közlekedési, s főleg a kommunikációs technológiák révén az 1990-es évektől lehetőség nyílik a cégek tevékenységének magas szinten szervezett koordinációjára, mégis napjainkig fennmaradt a fogadóország piacára irányuló termelés. Ennek oka egyrészt az adott vagy a jövőbeli potenciális piac-hoz való közeli jelenlét, amely a fogyasztói igények jobb felmérését és így kiszorgálását teszi lehetővé. Másrészt a fogadóország piacára irányuló terme-

lés háttérében állnak a vámok és a nem-vám jellegű kereskedelmi akadályok is. Japán és néhány délkelet-ázsiai ország Nyugat-Európában és Észak-Amerikában lévő feldolgozó-ipari leányvállalatainál az egyik legfőbb telepítési szempont volt a nem-vám jellegű kereskedelmi akadályok kikerülése.

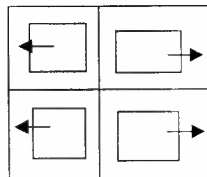
## 2. ÁBRA

*A transznacionális vállalatok termelési egységeinek lehetséges térbeli szerveződései*  
(The Possible Spatial Organization of the Production Units of Transnational Companies)

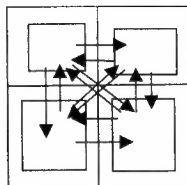
Globálisan koncentrált termelés



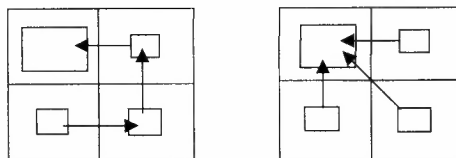
A fogadóország piacára irányuló termelés



Termékspecializáció a globális és/vagy a regionális piacra



A transznacionális vertikális integráció



Forrás: Dicken P. (1998, 215 ábra nyomán)

A globális illetve regionális piacra irányuló termékspecializáció a világ gazdaság regionális kereskedelmi blokkjainak következtében mindig is meghatározó volt, de az 1990-es évek elején kezdődő globális világban új értelmezést kapott. Ugyanis az új regionalizmus eszmerendszerének – a cél nem az integráció vertikális elmélyítése, hanem a tagállamok világsikerességének elősegítése – „szellemében” két szabadkereskedelmi övezet alakult. 1994-től lépett életbe a NAFTA, valamint 1989-ben az APEC. Az amerikai és a csendes-óceáni térségek-

nek mint nagytárségi piacoknak a szerepe határozottan felértékelődött a transznacionális vállalatok telepítési politikájában.

Ugyanakkor az Európai Unió regionalizációs folyamatai is megerősödtek napjainkra. *Az EU integrációjának elmélyülése, regionális folyamatainak megerősödése a transznacionális vállalatok nemzetközi üzletpolitikáját is részben megváltoztatta.* Ennek legfontosabb elemei a következők (Simai–Gál 2000, 358–359):

- Az EU egységes piaca nyomán előtérbe került az optimális üzemméret újratervezése, újonnan történő kialakítása, valamint a vállalati hálózatok átszervezése.
- A transznacionális vállalatok többsége elkezdte koncentrálni termelő és szolgáltató vállalatait az EU keretén belül a legkedvezőbbnek tartott területre.
- Felgyorsult az EU térségére kiterjedő elosztóhálózatok, kiskereskedelmi láncok kiépítésének folyamata.
- Az EU keretén belül lényegesen megnöttek a vállalatok egymás közötti befektetései.
- A transznacionális vállalatok EU-ra kiterjedő termelési és szolgáltatási hálózataiban egyre fontosabb szerephez jutottak a csatlakozásra váró visegrádi országok is, kiemelten Magyarország és Lengyelország.

A *transznacionális vertikális integráció* a komplex globális integráció alapján szerveződő transznacionális vállalatok térbeli szerveződési módja. Ezt legegyszerűbben talán úgy lehetne meghatározni, hogy a földrajzilag különböző helyeken történő gyáripari termelés félkész termékeit, típusféléseit a kommunikációs és közlekedési technológia révén végső összeszerelésre más földrajzi helyre szállítják az iparágon belüli és a vállalaton belüli kereskedelem keretében. De ugyanúgy működik mindez a szolgáltatási tevékenységek keretében is, csak a hálózatokon keresztül, a virtuális térben. A nemzetközi szakirodalom rendszerint mindezt vállalati értéktermelési láncolatnak („value-added chain”) is nevezi.

Milyen lokalizációs következményei vannak e transznacionális vertikális integrációnak? Az egyik legfontosabb, hogy a korábbi tradicionális termelési és piaci kapcsolatok megszűnnek. A transznacionális vállalatok által újraszervezett termelési láncolatban már sok esetben nincs is közvetlen kapcsolat az adott termelési hely és ennek közvetlen piaca között (vagyis az előállított termék az adott nemzeti piacon nem is kerül eladásra). A fogadó-országok többsége immár „export-platformokká” alakul át.

*De e vállalati értéktermelési láncolat a lokalizáció fogalmát is teljesen új alapokra helyezi. Nevezetesen a földrajzi helyek hálózatát a térbeli áramlások hálózata váltja fel. Vagyis a „globális tér” kulcsszava a hálózat.* A hálózat csomópontjai a globális világgazdaság irányító illetve ehhez hierarchikus rendben csatlakozó, speciális feladatkörrel rendelkező városai. A hálózatot magát e csomópontok közötti információs csatornák rajzolják ki. De e hálózat egyszerre valós és virtuális is.

A globális világgazdaság legnagyobb kérdése azonban az, hogy milyen az ellentmondás a virtuális tér és a valós tér között. Mi lesz a sorsa azoknak a tényleges földrajzi helyeknek, tradicionális térbeli gazdasági-társadalmi kapcsolatoknak, amelyek kimaradnak e globális virtuális térből?



### *A monetáris világ a térben*

Az 1990-es évek globális világgazdaságát másként monetáris, vagyis pénz-központú világnak is szokták nevezni. Mindenki számára egyre nyilvánvalóbb, hogy a pénzügyi áramlások sebessége hihetetlen mértékben megnőtt, és a „pénzügyi tér” drámaian „összezsugorodott”. A pénz új formái alakultak ki, s a „virtuális” pénz rendkívül könnyen, rendkívül alacsony költséggel mozog a „Föld körül” (Allen-Hamnett 1995).

„Közgazdasági értelemben megállapítható, hogy egy határtalan túlfejlődés ment végbe a nemzetközi pénzügyi rendszerben, amely eredeti céljától, a nemzetközi reálfolyamatok (kereskedelem, nemzetközi ipari munkamegosztás) szükségleteitől elszakadva, azt sokszorosan meghaladó nagyságúra nőtt, s a reáltevékenység nélküli nemzetközi jövedelemtranszferek terepévé vált. A legfejlettebb ipari országokban, azaz a legfontosabb tőkeexportőr országokban – statisztikailag bizonyíthatóan – a reálgazdasági tőke (elsősorban a termelő és részben az áruforgalmi és újabban a szolgáltatási szférában működő tőke) profitrátája tendenciálisan csökkent az elmúlt két évtizedben, (1992–93-ban mélypontra volt). A termelőtőke átlagos profitabilitása a világgazdaságban a 90-es évek első felében 3–15% (utóbbi érték inkább csak a nagyon kedvező külföldi működőtőke befektetésekre – főleg az elmaradott országokban – jellemző), míg a pénzügyi befektetések – bevallott – hozadéka 10–20% között mozog. A közgazdasági irodalomban pénzügyi luftballonnak vagy pénzügyi felfuvalkodottnak (monetary overhang) elkeresztelt jelenség tehát a legnagyobb tőketulajdonosok érdekeit fejezi ki és jelentős nettó nemzetközi jövedelemtranszfereket eredményez. Olyan (virtuális!) tőkéknek hoz jövedelmet, melyek mögött nincs valós értéktermelés.” (Farkas 1997, 14–15)

A monetáris világ alapját, hasonlóan a transznacionális vállalatokhoz a technológiai fejlődés jelenti. 1964 óta az információk (így a pénzügyi információk is) rögzítésének, feldolgozásának és továbbításának reál költsége több mint 95%-kal csökkent. Ez a hihetetlen költségcsökkenés egyre olcsóbbá tette a pénzügyi szolgáltatások mindennemű tevékenységének világméretű forgalmazását. Az 1980-as évek közepén a nemzetközi pénzügyi tranzakcióknak már 50%-a műholdas telefonvonalon bonyolódott le.

Technológiai szempontból már lehetséges mindenfajta pénzügyi tranzakció 24 órás („twenty-four-hour-trading”), vagyis szünet nélküli lebonyolítása. Az elektronikus adatok elvileg a Föld bármely pontjára eljuttathatók, függetlenül a tényleges földrajzi távolságtól, illetve attól, hogy ott éppen milyen napszak van. Bár ez a szünet nélküli kereskedelem néhol még erős korlátokba ütközik a nem megfelelő technikai színvonal, vagy a nemzeti korlátozó szabályozások révén. De az vitathatatlan, hogy a 24 órás globális kereskedelmi rendszer már elvileg bármilyen pénzügyi szolgáltatás esetében megvalósítható (Dickens 1992, 361–362).

Bár globális pénzügyi rendszerről beszélünk, a nemzetközi pénzpiac azonban rendkívüli mértékben koncentrált. A világ pénzügyi forgalmának legnagyobb részét 25 pénzpiaci központ bonyolítja le. Sőt még ezeken a központokon belül is a né-

hány vezető pénzintézeté a meghatározó szerep. Így például a nemzetközi valuta-forgalom 60%-át a világ vezető 20 legnagyobb bankja bonyolítja le.

*A globális pénzügyi rendszer koncentrációjának alapja a New York–London–Tokió három-pólusú tengely.* New York és London globális pénzpiaci szerepköre messze fontosabb, mint Tokióé. Tokiónak ugyanis elsődlegesen nemzetgazdasági jelentősége van. New York egyértelműen a világ legnagyobb értéktőzsdéje, így a nemzetközi kötvény- és részvényforgalom központja, valamint a legnagyobb nemzetközi bankok székhelye. London a világ valutakereskedelmének és az európai pénzügyi tranzakcióknak a központja.

*A globális világgazdaság e három irányító központjához még közel 20 világgazdasági jelentőségű város társul.* De e városok nemcsak egyszerűen pénzpiaci központok, hanem a transznacionális vállalatok székhelyei, illetve legfőbb regionális központjai, valamint szoros kapcsolatban állnak az adott nemzetgazdasággal is. Az ezt követő térségi szinthez a globális vezetős szerepre törekvő városok társíthatók, majd a következő térségi szintnek a regionális pénzpiaci központok felelnek meg.

*A pénzügyi tevékenységek földrajzi szerkezetére ugyanakkor a kommunikációs technológia fejlődése révén a dekoncentrációs tendenciák is jellemzőek.* Ez a pénzügyi tevékenységet folytató cégek foglalkoztatási politikájában már térbelileg is nyomon követhető. A pénzügyi cégek legfontosabb tevékenységüket (elsődlegesen azokat, amelyekhez a nemzetközi pénzpiacon való jelenlét ténylegesen fontos) a pénzpiaci központokba telepítik, s ezt másként „front-office” funkciónak is nevezik. A többnyire rutinszerű adatfeldolgozásból álló pénzügyi munkákat a központtól távolabb lévő, térbelileg elszórtan elhelyezkedő kisebb irodák végzik. Az ilyen „másodlagos” pénzügyi tevékenységre a „back-office” fogalmát alkalmazzák (Dicken 1992).

### *A globális világgazdaság „új gazdaságföldrajza”*

Tanulmányunk összefoglalásaként megállapíthatjuk, hogy a globális világgazdaság időszakában a térbeliség nem hogy háttérbe szorul, hanem továbbra is meghatározó szereppel bír. Azonban a korábbi, szinte kizárólagosan a nemzetállamok szintjén kialakuló térbeli szerveződés alapvetően átalakul.

*A globális világgazdaság térbeli szerveződésének legfontosabb elemeit a következőkben foglalhatjuk össze (Berneke 1999):*

- *A globális gazdasági tevékenységek meghatározó térbeli eleme a koncentráció.* Vagyis Paul Krugman egyik legfontosabb megállapítása igazolható. *De e koncentrációs tendenciák mellett a dekoncentrációs térbeli folyamatok is határozottan ki-mutathatók.* További kiemelt kutatási iránynak tartjuk annak vizsgálatát, hogy a globális világgazdaságban a koncentrációs és a dekoncentrációs térbeli folyamatok között milyen jellegű elméleti összefüggés vázolható fel.
- *A földrajzi helyzet relatív értelmezése az elsődleges.* A relativitás azonban már nem az egyes centrumokhoz való közelséget, hanem sokkal inkább az adott földrajzi helyek elérhetőségét jelenti. Mivel a tényleges tér részben virtuális

térré alakul, így az elérhetőség e virtuális térben való kapcsolatteremtő képességet is jelenti.

- A globális világpiac időszakában a földrajzi helyek történelmileg kialakult hálózata mellett egyre fontosabb szerephez jutnak a térbeli áramlások. Castells azt állítja, hogy a történetileg kialakult földrajzi szemlélet, „*a helyek a térben vagy a helyek tere (space of place) helyett a valós folyamatok az áramlások a térben vagy áramlások tere (space of flows) szemléletét*” indokolják (Martin 1994).

*A jelenlegi világ gazdaság elsődleges elemzési egységei már nem kizárólag az országok, hanem a világvárosok és a nagyvárosok rendszere.*

E három pontban összefoglalt „új térbeli szemlélethez” két, immár „klasszikus” – igaz némileg átértékelődő – tendencia is társul. Egyrészt a nemzetközi gazdaság globális változása meglehetősen egyenlőtlen, *a földrajzi differenciáció* sokkal meghatározóbb, mint valaha. Dicken (1992, 45) megítélése szerint az a klasszikus térszerkezeti megközelítés, hogy a nemzetközi termelés, a nemzetközi kereskedelem, a külföldi működőtőke-beruházások és a pénzügyi áramlások a centrum, a félperiféria és a periféria viszonylatában szerveződnek, már nem helytálló. Sokkal inkább *egy komplex térszerkezeti struktúra van kialakulóban*, amelyet Dicken „az állandó változás állapotában lévő egyenlőtlenségek mozaikjának” nevez. Így a globális gazdaság sokkal inkább multipoláris rendszernek tekinthető.

Másrészt a világ gazdasági globalizáció a regionális folyamatokat is átértékeli. A földrajzi egyenlőtlenségek mozaikjában világosan megmutatkozik a három regionális blokk, a NAFTA, az Európai Unió valamint Kelet- és Délkelet-Ázsia gazdasági fölénye. Sőt az 1990-es évektől új fogalom jelenik meg, az „*új regionalizmus*” kifejezés. E szerint az integrációnak a legfőbb célja a tagországok világpiaci sikeressége, s a regionalizációs folyamatok feladata ennek elősegítése. Mindez az Európai Uniónak, mint a világ egyetlen „tényleges” integrációs szervezetének azt is jelenti, hogy a jövőbeli világ gazdasági sikeresség reményében az integrációs szervezet átalakítása szükségszerű és tovább már nem halasztható.

A fentiekből egyértelműen következik, hogy *a globális világ gazdaságban a lokalitás fogalmának újradefiniálására van szükség*. Egyrészt a transznacionális vállalatok nemzetközi üzletpolitikájában a különböző térségi szintek szerepe jelentősen megváltozik. *A korábbi szinte kizárólagos nemzetgazdasági és nemzetközi integrációk mellett – sőt egyre több esetben ezek helyett – a régiók, a gazdasági körzetek, a kistérségek, a települések kerülnek a nemzetközi üzletpolitika lokalizációs fogalomtárába*. Vagyis az ún. „valós tér” különböző térségi szintjei, illetve az adott földrajzi helyek meghatározó és befolyásoló szerepe egyre inkább felértékelődik a globális világ gazdaságban.

Másfelől a lokalitás, lokalizáció újrafogalmazásának szükségességét a virtuális térben ugrásszerűen fejlődő gazdasági tevékenységek, például az e-business is felveti. *A virtuális térbeli szerveződés „jelszava” immár a hálózat*. Ennek csomópontjai a virtuális tér irányító központjai, s e csomópontokat az információs csatornák (információs „szupersztrádák”) kötik össze. A virtuális tér irányító központjai többnyire meg egyeznek a valós tér irányító helyeivel, például az ún. globális városokkal.

### Irodalom

- Allen, J.–Hamnett, C. (eds.) (1995) *A Shrinking World? Global Unevenness and Inequality*. Oxford University Press/The Open University, London.
- Bernek Á. (1994) *A nemzetközi kereskedelem térszerveződésének elméleti kérdései, a fejlődő országok külkereskedelmének empirikus vizsgálata alapján*. Budapest, Kandidátusi értekezés, kézirat.
- Bernek Á. (1999) A globális világgazdaság térszerveződése. *Helyek, terek, régiók*. – Nemes Nagy J. (szerk.), ELTE Regionális Földrajzi Tanszék, Budapest.
- Bernek Á. (2000) Régiók, térségek a globális világban. *Nemzetközi menedzsment*. – Poór J.–Farkas F. (szerk.), Budapest, megjelenés alatt.
- Bonturi, M.–Fukaasaku, K. (1993) Globalisation and intra-firm trade: an empirical note. – *OECD Economic Studies*. 20. Spring. 524–565. o.
- Dicken, P. (1992) *Global Shift. The Internationalization of Economic Activity*. Paul Chapman Publishing Ltd, London.
- Dicken, P. (1998) *Global Shift. Transforming the World Economy*. Paul Chapman Publishing Ltd, London.
- Dunning, J. (1988) The Theory of International Production. – *The International Trade Journal*. 3. 269–296. o.
- Farkas P. (1997) A nemzetközi tőkeáramlások két évszázada és a jelenkori pénzügyi luftballon. – *Társadalmi Szemle*. 10. évf. 6–24. o.
- Fortune*. (2000) July 31, F-25–42. o.
- Kocsis É.–Szabó K. (2000) *A posztmodern vállalat. Tanulás és hálózatosodás az új gazdaságban*. Oktatási Minisztérium, Budapest.
- Krugman, P. (1991a) *Geography and Trade*. Leuven University Press, Leuven, Belgium and MIT Press, Cambridge, MA.
- Krugman, P. (1991b) Increasing Returns and Economic Geography. – *Journal of Political Economy*. 99. 183–199. o.
- Krugman, P. (1998): What's New About the New Economic Geography. – *Oxford Review of Economic Policy*. 2. 7–17. o.
- Martin, M. (1994) Stateless Monies. Global Financial Integration and National Economic Autonomy: the End of Geography? *Money, Power and Space*. – Corbridge, S.–Martin, R.– Thrift, N. (eds.) Blackwell Publishers, Oxford, U.K.–Cambridge, USA.
- Martin, R. (1999) The New „Geographical Turn” in Economics: Some Critical Reflections. – *Cambridge Journal of Economics*. 23. 65–91. o.
- Mészáros R. (2000) *A társadalomföldrajz gondolatvilága*. Szegedi Tudományegyetem Gazdaság- és Társadalomföldrajzi Tanszéke, Szeged.
- Nemes Nagy J. (1998) *A tér a társadalomkutatásban. Bevezetés a regionális tudományba*. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest.
- OECD (1996) *Globalisation of Industry*. Overview and Sector Reports. Paris.
- Porter, M.E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. Macmillan, London.
- Simai M.–Gál P. (2000) *Új trendek és stratégiák a világgazdaságban. Vállalatok, államok, nemzetközi szervezetek*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Szanyi M. (1997) Elmélet és gyakorlat a nemzetközi működőtőke-áramlás vizsgálatában. – *Közgazdasági Szemle*. 6. 452–477. o.
- U.N. UNCTAD (1996) *World Investment Report 1996*. Investment, Trade and International Policy Arrangements. New York. 107. o.
- U.N. UNCTAD (2000) *World Investment Report 2000*. Cross-border Mergers and Acquisitions and Development. New York. 3–5. o.
- Vernon, R. (1966) International investment and international trade in the product cycle. – *Quarterly Journal of Economics*. Vol. 80. 190–207. o.

## THE „NEW GEOGRAPHY” OF THE GLOBAL WORLD

ÁGNES BERNEK

Since 1990 there has been a dramatic increase in economic research on economic geography. As regards the opinion of Paul Krugman, definition of economic geography is the following: the location of production in space. “New economic geography” differs from traditional economic geography in adopting a modelling strategy, namely there are the traditional location models, the “new trade” and the “new growth theories.

Many economic activities are markedly concentrated geographically. This paper has examined the concentration spatial tendencies of the global world economy. The main elements of the global market are the rapid technological progress (especially communication technologies), transnational corporations and the determining role of international financial relationships. The focus is this paper is on the spatial structure of these driving forces of the globalisation process.

The main elements of the spatial structure of the global world economy are the following:

- The concentration of economic activity in the global world is very important, but there are deconcentration tendencies, too.
- The relative interpretation of the geographical location is primary.
- In the global world market the dominating role of the historical structure of geographical places has been transformed partly into the network of the spatial flows.
- The present world economy has been formed not only on the basis of the national states, but on the hierarchical spatial structure of the metropolitan areas and capital cities.