

АКЕВОНО

Bulletin- SOCIETY FOR MACEDONIAN-JAPANESE FRIENDSHIP AND COOPERATION

МУГРИ

ISSN 1409-6757

Билтен - ДРУШТВО НА МАКЕДОНСКО-ЈАПОНСКО ПРИЈАТЕЛСТВО И СОРАБОТКА

Skopje, vol.XV, No.4, oct. nov. dec. 2009 - Скопје, год.15, бр.4, окт.ноем.дек. 2009 г.



Младешка ода на радосѝа

Содржина:

Јукио Хатојама - Нов јапонски премиер, подготвил д-р Сергеј Милошевски (стр.3); **Факти и бројки за Јапонија**: Потребна е фундаментална реформа за справување со кризата во вработувањето, подготвил Круме Ефтимовски (стр.4-9); **Профил на нацијата**: Влада и дипломатија, подготвил д-р Оливер Каранфилски (стр. 10-12); **Животна средина**: Јапонија оди по сонце, подготвила д-р Јелена Димитријевиќ (стр. 13-14); **Глетки од Јапонија**: Што сакам да знам за Јапонија(III), подготвил д-р Коста Балабанов (стр.15-19); **Факти и бројки за Јапонија**: Криза во автомобилскиот гигант Тојота, подготвил д-р Сергеј Милошевски (стр.20-28); **Спорт, забава и рекреација**: Светско првенство во вадо-каи карате, подготвил д-р Јован Лазаров (стр. 29-30).



Редакцијата на „Акебоно-Муџри“ на сите членови на Друштвото на македонско-јапонско пријателство и соработка, на своите читатели им ја честита Новата 2010 година и Божиќните празници.

ЈУКИО ХАТОЈАМА – НОВ ЈАПОНСКИ ПРЕМИЕР

Јапонскиот политичар Јукио Хатојама, кој е роден на 11 февруари 1947 година, од месец септември е новиот претседател на јапонската влада. Тој за прв пат во 1986 година беше избран за член на Претставничкиот дом, каде што ја претставуваше IX околија од Хокаидо. Во месец мај 2009 година, беше избран за претседател на Демократската партија на Јапонија, најголемата опозициска партија. Тој на парламентарните избори, одржани во август оваа година, ја поведе партијата во победнички поход, постигнувајќи убедлива победа над Либерално демократската партија, којашто последните 54 години беше на власт во Јапонија. По Шинзо Абе, Хатојама е втор јапонски премиер, роден по Втората светска војна. Фамилијата Хатојама спаѓа во редот на најеминентните јапонски фамилии, која поради својата улога во политичкиот живот на Јапонија е наречена „јапонска фамилија Кенеди“.

Јукио Хатојама, кој е роден во Бунко, припаѓа на четвртата генерација политичари. Неговиот славен прадедо, Казуо Хатојама, во периодот 1896-1897 година, во ерата Мејџи, беше претседател на Претставничкиот дом на јапонскиот парламент. Подоцна Казуо беше претседател на Универзитетот Васеда. Неговата баба, Наруко Хатојама, беше коосновач на денес познатиот Киоритсуов женски Универзитет. Неговиот дедо Ичиро Хатојама беше еминентен политичар, оснивач и прв претседател на Либерално-демократската партија (1954-1955), а потоа и претседател на јапонската влада. Како премиер тој повторно ги воспостави дипломатските односи со Советскиот Сојуз, со што беа создадени услови за прием на Јапонија во Обединетите Нации.

Јукио Хатојама е син на Иичиро Хатојама, кој беше министер за надворешни работи на Јапонија. Неговата мајка, Јасуко Хатојама, е ќерка на Шојиро Ишибаши, основачот на Bridgestone Corporation и сопственик е на многу значајно наследство. Јасуко Хатојама во јапонските политички кругови е позната поради нејзиниот голем финансиски придонес за остварување на политичките амбиции на нејзините два сина. Посебно е значајна донацијата од милијарди јени што Јасуко ја даде кога нејзините синови Кунио и Јукио во 1996 година ја осниваа Демократската партија на Јапонија. Неговиот помлад брат Кунио Хатојама беше министер за внатрешни работи и комуникации во владата на премиерот Таро Асо.

Јукио Хатојама во 1969 година дипломира на Универзитетот во Токио, а во 1976 година докторираше во областа на индустриското инженерство на Универзитетот Станфорд. Во 1975 година се ожени со Мијуки, која ја запознал додека студирал во Станфорд. Неговиот син Киичиро е визитинг инженер истражувач на Државниот Универзитет во Москва.



ЈУКИО ХАТОЈАМА

Хатојама во почетокот работел како асистент истражувач во Институтот за технологија во Токио, а подоцна се вработи на Универзитетот Сеншу како доцент.

Политичка кариера

На изборите во 1986 година Јукио Хатојама како претставник на Либерално-демократската партија се кандидираше во 38-та околија на Хокаидо и беше избран за пратеник во Претставничкиот дом. Во 1993 година ја напушта Либерално демократската партија и заедно со Наото Кан, Масајоши Такемура и Шухеи Танака ја основа новата партија Сакигаке. Подоцна тој и Кан ја напуштија оваа партија и се придружија кон новоформираната Демократска партија на Јапонија.

Со помош на огромната донација од неговата мајка Јасуко, во 1996 година Јукио Хатојама и неговиот помлад брат, Кунио Хатојама, заеднички ја формираа Демократската партија на Јапонија. Подоцна Кунио Хатојама под изговор дека партијата премногу се оддалечила од оригиналните центристички корени ја напушта Демократската партија на Јапонија и повторно се враќа во Либерално-демократската партија. Јукио останува во партијата и во 1998 година ја зајакна нејзината улога преку коализирање со неколку други опозициони партии.

Јукио Хатојама стана претседател на Демократската партија на Јапонија и лидер на опозицијата во периодот 1999-2002 година. На овие функции тој поднесе оставка откако резигнирано ја одби одговорноста за конфузијата што настана поради гласините што се проширија околу можната интеграција со Либералната партија. Тој беше Генерален секретар на Демократската партија на Јапонија пред да го наследи Озава на местото партиски лидер. Озава поднесе оставка на 11 мај 2009 година. На 16 мај 2009 година на изборниот состанок Јукио Хатојама беше избран за лидер на партијата освојувајќи 124 од можните 219 гласа, со што го победи противкандидатот Катсуја Окада.

Извор: Wikipedia

Подготвил: Д-р. Сергеј Милошевски

ПОТРЕБНА Е ФУНДАМЕНТАЛНА РЕФОРМА ЗА СПРАВУВАЊЕ СО КРИЗАТА ВО ВРАБОТУВАЊЕТО

Годините 1997-98 претставуваат пресвртница на пазарот на трудот во Јапонија. Од тогаш настанаа голем број промени на пазарот, вклучувајќи и побрзи потези за да се приспособи бројот на вработените. Корпоративното законодавство во Јапонија изгледа дека ја променило насоката во пресрет на кризата што изби во 1997 година. Пред тоа, компаниите сметале дека вработените се нивни примарни акционери, но по оваа криза, тие, компаниите, почнале поголемо внимание да посветуваат и на уделите. Како резултат на тоа потезите што се влечеле за реструктурирање на фирмите имале позитивно влијание врз цените на уделите, за разлика од порано кога најавата на планот за нивно намалување предизвикало цените на уделите да опаѓаат.

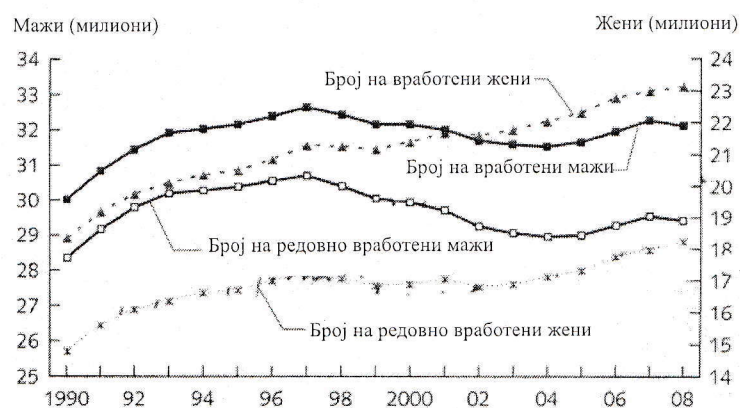
Оттогаш, стапката на невработеност често се менувала. Неколку години таа, стапката, се зголемувала, достигнувајќи 5,4 проценти во периодот 2002-2003 година. Тогаш економијата била стабилна што придонело полесно да може да се дојде до работа. Најновата криза, која беше иницирана со банкротот на американска фирма *Леман Брадерс* во септември 2008 година, предизвикала нов и брз пораст на невработеноста, така што проблемот станал многу сериозен. Тоа довело до незначителна невработеност во категоријата на мажените жени. Кога ја изгубиле работата во тешките времиња, тие, жените, едноставно, престанале да бараат нова работа поради што отпаднале од евиденцијата на работната сила. Ова се вика ефект на обесхрабрување на работникот, но сега тој почнал да слабее. Голем број од тие што работеле дома со полно работно време сега барале работа бидејќи нивните сопрузи

останале без работа или им биле намалени платите. Знак за овој тренд е што листата на чекање за отворање центри за згрижување деца била сѐ подолга. Исто така, ако се погледнат причините за губење на работата ќе се види дека има мала промена во бројот на луѓето што прифатиле доброволно да ги напуштат работните места, а бројот на тие што без сакање останале без работа во септември почнал брзо да расте, како резултат на падот на економијата или колапсот на компаниите. Други причини постојат во статистката којашто прави разлика меѓу мажите и жените. Од септември, 1998 година, стапката на жените што останале без работа е помала од таа на мажите. Меѓу вработените работници, бројот на мажите во периодот 1997-98 година се зголемил речиси за 33 милиони, потоа, за кусо време се намалил, па, повторно, со опоравувањето на економијата, почнал да расте, но сепак останал на долната граница. За разлика од ова, бројот на вработените жени постојано растел (види дијаграм подолу). Вработеноста опаѓала во градежништвото и валканиите индустрии, коишто ангажираат многу повеќе мажи отколку жени, додека таа растела во услужните дејности кои ангажираат голем број жени, особено во здравството, негата на стари и болни лица и во детската заштита.

Како одговор на неодамнешната криза, Владата на Јапонија усвоила политика чија цел била не само да се зголеми вработеноста, туку, исто така, и да се поместат работниците од јавните работи во здравството и негувателството. Тоа води кон промени во улогите што ги извршуваат сопрузите и сопругите. Во Соединетите Американски Држави, во втората половина на седумдесеттите

и во осумдесеттите години од минатиот век се покажува драматичен пораст на учеството на жените на пазарот на работната сила. Во исто време, големо поместување имало во поделбата на трудот меѓу мажот и жената во рамките на семејството, при што сопрузите посветувале повеќе време од претходно во куќните работи и во подигнувањето на децата. За разлика од ова, во Јапонија постои мала промена во времето што мажите го поминуваат на домашни работи и во подигнувањето на децата и покрај тоа што вработеноста на мажите опаѓа, додека таа на жените расте.

Трендови на вработување, мажи и жени



Извор: Labour Force Surveys, Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications.

Забелешка: Бројките се годишни просеци

Нередовното вработување во Јапонија

Јапонските фирми обично се спори во правењето промени за големината на работната сила, но по шокот од Леман, тие строго ја намалуваат прекувремената работа. Во преработувачкиот сектор часовите на прекувремена работа во март, 2009 година биле за половина помалку од тие од пред една година. Во извесна смисла, ова може да се сфати како јапонски начин со поделба на аранжманите. На-

малувањето на прекувремената работа била реакција на фирмите само за нивните редовно вработени со полно работно време.

Се поставува прашањето што се случува со нередовното вработување? Бројот на нередовно вработените пораснал од 11 милиони во периодот 1997-98 година на 18 милиони во 2008 година. Во меѓувреме, бројот на редовно вработените достигнал до 38 милиони во периодот 1997-98 година, а потоа се намалува до 2005 година, кога имало речиси 5 милиони помалку редовно вработени.

Во периодот 1997-98 година, содржината на нередовната работа претрпела значителни промени. Пред тоа, голем дел од нередовно вработените го сочинувале студенти и сопруги кои биле ангажирани како работници со скратено работно време или административен персонал од времен карактер. Во тоа време, на оваа категорија на вработување се гледало позитивно бидејќи таа претставувала различност во видовите на ангажирање и обезбедувала поголем избор на работни стилови за тие што добивале работа. Тогаш нередовното

вработување почнало да се шири кај машката работна сила формирајќи група на вработени чие работно време било приближно исто со тоа на редовно вработените, но тие го немале нивото на сигурност што го имале вториве, т.е. редовно вработените. Во исто време, дошло до зголемување и на категориите на вработени со договор, на времено вработените испратени од агенциите за вработување и на пензионирани работници ангажирани од нивните поранешни работодаватели со договори за кус период на вработување.

Компаниите повеќе можеле да ги користат услугите на нередовно вработените работници и тоа од повеќе



Жени посетуваат курс предвиден за нивна подготовка за административна работа во здравствено каде што има бројни работни места

причини како што се: намалувањето на трошоците за административниот персонал и спречување тие, трошоците, да станат фиксни трошоци. Во периодот 1998-2004 година, платите на работниците по вработен биле намалени во просек за 8 проценти. Најголем дел од овие заштеди компаниите ги реализирале користејќи ги работниците со скратено работно време и со мали плати. Менаџерите биле под притисок да ги подобрат краткорочните профити по секоја цена затоа што ако не успеат да го сторат тоа тие, менаџерите, биле казнувани од лутите акционери. Договорите за вработување со фиксен термин на менаџерите им служеле како средство за намалување на платите на режиските работници. На крајот од 2008 година, користењето на нередовно вработени почнало да се намалува и во првиот квартал од таа година бројот на овие вработени пандал под нивото од предходната година. Предвидувајќи дека можеби ќе трба да се скратат платните

списоци, менаџерите продолжиле да го прават тоа точно со настапот на финансиската криза.

Компаниите, исто така, го користеле нередовното вработување како сигурносен вентил и во минатото. Неодамна, меѓутоа, сосем мал број работници, дури и тие кои издржувале семејства, биле инкорпорирани во нередовниот дел на корпоративната работна сила. Некои од тие што на ваков начин го заработувале лебот, ја изгубиле работата. Со тоа се објаснува зошто невработеноста станала социјален проблем.

Поларизација на пазарот на трудот

Времето за намалување на бројот на вработените, што им е потребно на фирмите кога тие ќе се соочат со прекубројна вработеност, се скратува со користењето на нередовно вработените, особено оние работници што се ангажираат за фиксен период. Кај јапонските фирми времето потребно за



Нередовно вработени кои ги изгубиле работните места за време на неодамнешниот пад на вработувањето чекаат во ред за помош по повод на еден маркетиншки настан во Саиџама.

постигнување оптимално вработување сè уште е подолго од тоа кај американските. Извршените мерења со приспособување на функцијата на вработување, покажуваат дека во последно време компаниите можат да дејствуваат побрзо во таа насока (види табела подолу). Истиот тренд, исто така, може да се забези во Британија, во Франција и во Германија. При проучувањето на јапонските фирми може да се види дека колку повеќе расте учеството на странците меѓу нивните акционери, толку побрзи се потезите што се преземаат за промена на големината на персоналот. Постојат, исто така, истражувачки наоди кои покажуваат дека големината на учеството на странските инвеститори има значително влијание врз ограничувањето на платите.

Табела - Брзина на приспособување на вработувањето

(години потребни за разрешување на прекумерната вработеност)

Јапонија		САД	
1974-1984	3,3	1984-1984	1,46
1980-1997	2,9	1985-1999	1,36
1998 и натаму	2,2		

Друг тренд којшто се однесува само на Јапонија е поларизацијата во рамките на пазарот на трудот. Бројот на вработените со определено работно време, како процент од вкупната работна популација, во најголем број земји расте. Во меѓувереме, работната недела на редовно вработените во Јапонија се продолжува, додека учеството на работниците со продолжено работно време во 14 од 18-те развиени земји се зголемува. Како во Јапонија така и во другите земји поларизацијата се јавува меѓу редовно вработените со продолжено работно време, од една страна, и тие со скратено работно време, од друга. Исто така, во многу земји се зголемува бројот на работници како на горната така и на долната граница на скалата на доход. Поради ова, од крајот на 1980-те години од минатиот век, набљудувачите во Соединетите Американски Држави се загрижени за исчезнувањето на класата со средна заработувачка. Во јапонскиот случај, кон крајот на 90-те години на минатиот век, распонот на доходовниот диспарат е очевиден. Зад феноменот на поларизација се кријат две структурни карактеристики заеднички за најголем број земји. Едната е напредокот на глобализацијата, а другата, брзиот технолошки прогрес, посебно во информатичката технологија. Извесен број фактори карактеристични за Јапонија, исто така, се земени предвид. Прво, постојано се менува начинот на кој компаниите доаѓаат до средства. Во минатото најголем дел од фирмите првенствено се потpirале врз индиректно финансирање, т.е. позајмувале од банките. Сега, тие преминале на директно финансирање, преку пазарот на капитал. Во процесот, тие се присилени поголемо внимание да посветуваат во потрага по краткорочни профити со цел да привлечат инвеститори. Второ, Јапонија, со години, по колапсот на не-

јзината економија како балон од сапуница, во почетокот на 1990-те години од минатиот век, се соочувала со големи потешкотии, што имало големо влијание врз пазарот на трудот. И, трето, бројните регулаторни реформи од почетокот на векот, исто така, влијаеле на пазарот на трудот. На пример, максималната должина на договорите со фиксен рок, според Законот за Либор стандардите беше една година, а сега таа изнесува три години. Натаму, било дозволено работниците од агенциите за вработување да се испраќаат во бизниси поинакви од тие со ограничен број во постојните индустрии.

Земјите што имаат ревидирани регулативи на пазарот на трудот, во понудата за генерирање работни места, исто така, придонесуваат за подобрување на еднаквоста. На пример, тие направиле правило од тоа дека штом работниците со скратено работно време ја добијат работата, добивале исти одговорности како и редовно вработените. Затоа, морале да добијат и иста саатнина. Холандија, со Актот за еднаков третман на работните часови, прва постапи така. Холандија, исто така, се обврзала даноците и социјалното осигурување да ги приспособува на работните часови. Европската Унија на нејзините членки им има издадено директиви, повикувајќи ги да донесат слични правила. Друга директива на Европската Унија бара времено вработените, испратени од агенциите за вработување, да добиваат иста плата кога нивната работа е иста како и на редовно вработените. Во оваа смисла, Јапонија сè уште не реагирааа соодветно.

Иако Јапонија, во рамките на големите корпорации, создала внатрешен пазар на работна сила, таа сè уште нема создаено надворешен пазар на работната сила што би функционирал добро. Поради ова, сè уште не се воспоставени скали на платите, поврзани со

занимањата. Веројатно е дека Јапонија сега ја сфатила итноста од решавањето на овој фундаментален проблем. Се поставува прашањето дали е можно Јапонија да изготви аранжмани што ќе ги уредуваат платите на работниците коишто преминуваат од една фирма во друга. Дури, иако на овие работници не им се гарантирани платите што би биле еднакви со платите на тие во новата компанија, тие имаат право на плата во една рамка поставена поодделно за секое занимање.

Биланс на работниот век

Треба да се промовираат повеќе мерки за отворање нови работни места. Некои од тие мерки треба да имаат цел за обезбедување на макроекономски стимуланти, други, пак, ќе треба да обезбедуваат одржливо вработување, преку работа, и да креираат нови работни места во областите што ќе бидат од поголема важност во иднина, како што се човековата околина и здравството, грижата за старите, болните и децата. Обезбедувањето на нови работни места, со поддршка на вработувањето е позитивна мерка во вработувањето, а исто така, е и од голема помош. И другите мерки исто така, треба да се имплементираат, како што се тие за подобрување на еднаквоста и за зајакнување на сигурноста при невработеност. Бидејќи аранжманите за поделба на работата што сега се применуваат во Јапонија се предвидени само за решавање на итните случаи, постои јасна потреба да се тежнее кон поголема различност во видовите на работни места. Се поставува прашањето, дали, кога ќе се врати просперитетот, компаниите ќе се вратат на нивната стара практика да бараат од вработените да работат преку-ремено? Тие, компаниите, ќе треба да решат дали да одат со продолжено работно време или да ангажираат повеќе работници.

Индустриската структура и условите во стопанството се во тек на промени при што економската моќ на машката работна сила слабее. Додека се чека фирмите да реагираат, прашањето е: дали е созреано времето, семејствата, исто така, да извршат промена при што двата сопружници ќе се ангажираат во профитабилни работи и ќе ја делат домашната работа и во подигнувањето на децата? Ако не се создаде таква клима, домаќинствата ќе се вратат на нивната поранешна позиција. Бидејќи работните часови се скратени, а работата треба да се задржи за разумно време, дури постои можност да се продолжи кон постигнување на подобар работен век. Ова многу ќе зависи од тоа дали се презема акција да се зграпчи оваа можност. Кога надлежните ќе ја одобрат помошта за приспособување во вработувањето, тие, на пример, можат да воведат стандард на овластувањето, со кој ќе се бара фирмите да поднесуваат планови за долгорочно подобрување на балансот на работниот век. Ако место тоа, тие продолжат строго да се фокусираат на пазарот на трудот, не успевајќи да ја согледаат реформата на стилот на живеење, тие ќе завршат обезбедувајќи само краткорочни палијативи.

Од декември 2008 година, 77 проценти невработени работници во Јапонија не добиваат помош за невработеност. Јапонија има релативно слаба заштита во таа насока. Дел од проблемот е што таа е строга кон тие што се без работа, да можат да добиваат помош. Исто така, инволвиран е и фактот дека Јапонија нема соодветен систем за помош при невработеност, таков што ќе влече средства не само од осигурителните ресурси, но и од заедничката сметка. Во Европа има сосема мал број луѓе што добиваат помош од таков систем. Тој претставува средишна врска меѓу осигурувањето при невработеност и системот за добробит, опфаќајќи

и ги и нередовно вработените. Власните во Јапонија воспоставиле систем на поддршка на трошоците за обука и живот на оние што посетуваат курсеви за образование и обука, а не се подобни да добиваат помош за невработеност. Сепак, таа е временна мерка од само за три години. Прашањето е дали ова е погодно време повторно да се разгледа целокупниот систем на осигурување? Проактивната политика за вработување би барала прво да се спречи невработеноста пред таа да се случи. Стекнувањето вештини би било од помош, но јапонското општество ќе треба да им помогне на нередовно вработените што сакаат да ги развиваат своите способности. Друг проблем е непостоењето на врска меѓу стекнувањето на вештини и обезбедувањето на нови работни места. Тука, треба да се зајакнат аранжманите за ангажирање на работници со пробна работа и истите да се прекласифицираат како регуларни работници, штом ја завршат обуката.

Со поврзувањето на јакнењето на способноста во потрага за работа може да се постигне ефикасна корист не само за јавните институции туку, исто така, и за организациите лоцирани на средината меѓу јавниот и приватниот сектор, како што се непрофитните организации и општествените претпријатија. На овој начин, Јапонија ќе може да продолжи со реформа на идниот пазар на трудот, со стратегија за вработување која ќе содржи пакет мерки, вклучувајќи и разни експериментални програми. Мерките за брза реакција во моментот се од витално значење, но ако не се успее да се направи нешто повеќе од тоа, шансите се само враќање на стартната позиција.

Преземено од JapanEcho 10

Октомври 2009,

Подготвил, Круме Ефтимовски

ВЛАДА И ДИПЛОМАТИЈА

Имјерайџор (tenno- џено; буквално: рајски, небесен владар, суверен; Идеал)

Титулата **тено** е за првпат преземена од јапонските владетели во 6 или 7 век и се употребува од страна на сите последователни јапонски суверени.

Јапонската империјална институција, најстарата наследувана монархија во Светот, веќе постоеше кога Јапонија се појави и беше официјално нотирана во историјата и оттогаш се одржува преку доминантно машката линија на потомство. И покрај тоа што Императорот речиси отсекогаш се смета за титуларен раководител на националната власт, најпотенцираната карактеристика и улога на оваа позиција низ најголемиот дел од јапонската историја е тенденцијата, наместо власта, да се истакнува рољата на Императорот како Врховен свештеник во автохтоната јапонска религија, Шинто, како и да се пренесува најголемиот дел од ефективната моќ на власта, врз други.

Од раниот историски период до средината на 12 век императорот е претставен како централна фигура во митологијата, сочувана во облик на историските хроники **Kojiki** (Коџики; 712, Записи за античките нешта) и **Nihon shoki** (Нихон шоки; 720, Хроника на Јапонија). Според нив, Божицата на Сонцето, **Amaterasu Omikami** (Аматерасу Омиками), врховното божество на Шинто пантеонот, му оставила на својот внук **Ninigi no Mikoto** (Ниниги но Микото) едно огледало, накит и меч, кои натаму со генерации се пренесувани врз поколенијата на јапонски императори, од кои првиот бил Императорот **Jimmu** (Џиму).

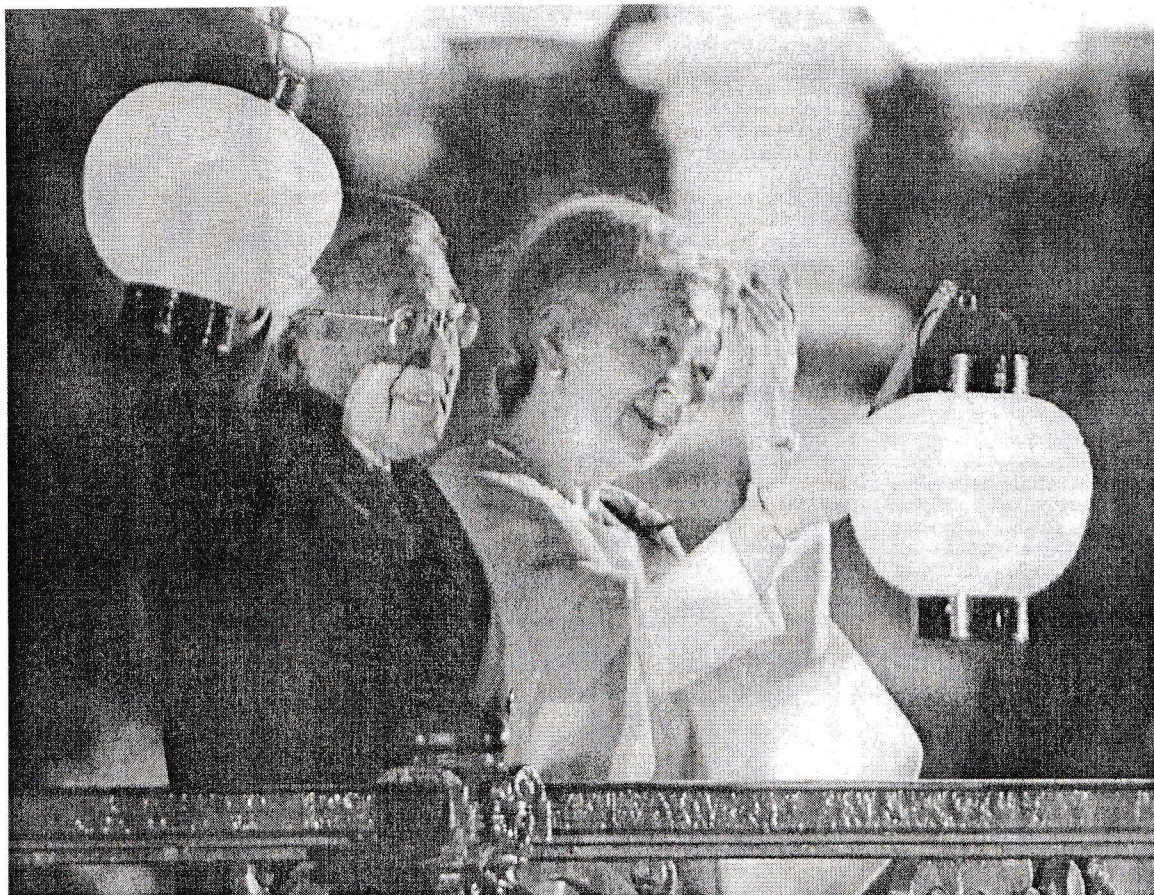
Се верувало дека Императорот поседува волшебна моќ со која ги смиру-

вал Боговите, или би преговарал со нив. Но, поради стравот кој го ширеше неговата позиција, од друга страна беше сметано за несоодветно Императорот да се занимава со секуларните работи на власта. Тие задачи, вклучително и креирањето и извршувањето на политиката, им припаѓаа на министри, кои му служеа на Императорот, а од многу рано во историјата е забележана тенденција таквите и тие министри да формираат сопствени политички династии.

Единствениот подолг период во јапонската историја, во кој кај Императорот биле истовремено отелотворени улогите и на врховниот свештеник и на функционалниот раководител со власта, беше од периодот на владеењето на **Tenji** (Тенџи; 661-672), во втората половина на 7 век, па преку владеењето на **Kammu** (Каму; 781-806) при крајот на 8 век и во почетокот на 9 век. Токму Тенџи, со тн. **Taika** (Таика) реформи од 645 г., го направи првиот поголем обид да ги стави моќните провинцијални кланови (**uji** - уџи) под контрола на еден силен централен режим.

Овој период на директно империјално владеење беше одбележан со напорите да се воспостави централизирана бирократска држава во Јапонија, заснована врз моделот и примерите понудени од кинеската династија **Tang** (Танг). Клучниот инструмент во овој процес беше прифаќањето на законските кодекси, збирно познати како систем од легални кодекси наречен **ritsuryo** (риџурџо), со кои се воспоставува јасно дефинирана хиерархија во власта, со која раководи Императорот и со кои се пропишуваат постапките за имплементацијата и практикувањето на власта, како на државно, така и на ниво на провинциите.

Сепак, во 9 век се забележани неколку иницијативи за персонал-



Императорот Акихито и императрицата Мичико

изирање на империјалната власт, со нејзино ослободување од “зацементираната” бирократија, кои имаа негативен повратен ефект, со што беше отпочнат процес на прогресивна и растечка изолација на Императорот од државната машинерија. Ваквата тенденција се продлабочи уште повеќе со креирањето или оживувањето на две други позиции вон бирократскиот апарат, на кои Императорот им делегираше овластувања, кои претходно ги практикуваше лично: sessho (сешо), регент за Император малолетник и камраку (кампаку), регент за возрасен, полнолетен Император. Од крајот на 9 век натаму во двете позиции доминантна улога остваруваа членови на моќното семејство Fujiwara (Фуџивара), кои реално владееа во име на Императорот, а да при тоа не манифестираа никакви претензии кон титулата Император или кон неговата ритуална улога и позиција.

Последниот век на периодот Хејан (794-1185) беше сведок на слабеењето на моќта на регентите од семејството Фуџивара и на кусотрајното враќање на власта и моќта на империјалниот двор. Водечките фигури низ најголемиот дел од овој период сепак не беа Императорите кои владееа, туку повлечените, пензионирани суверени, кои ја задржуваа раководната улога на империјалниот двор и по својата абдикација.

Средновековен период (средина на 12 -16 век)

Уште три семејства, повторно не од редот на империјалните, ја контролираа државната власт и империјалните институции, од последните години на периодот Хејан до крајот на периодот Камакура (1185-1333), воспоставувајќи го периодот на владеење на воините, што траеше до возобновувањето на Меиџи во 1868 г.

Првото од овие, семејството **Taira** (Таира), владееше од Кјото, а себеси се легитимираше со тоа што ги заземаше високите позиции на империјалниот двор. Второто, семејството **Minamoto** (Минамото) ги уништи Таира во 1185 г. во крвавата војна, која тие ја поведоа од својата база во Камакура, во Источна Јапонија. Останувајќи таму по својата победа, тие воспоставија целосно нов модел на државна власт, шогунатот Камакура. Императорот остана во Кјото и продолжи да претседава со империјалната влада, но нејзините институции тогаш веќе беа сведени на речиси комплетна немоќ, додека вистинската моќ беше пренесена врз шогунатот. Отсликувањето на империјалната позиција во настанатата ситуација го доби обликот на комисија на Императорот, која ја именува главата на семејството Минамото на позицијата на *sei i tai shogun* (сеи таи шогун) или “генералисимус кој ги покорува варварите”, што само по себе му даваше апсолутна власт врз териториите и населението, кое беше надвор од дофатот на значајно редуцираната империјална моќ.

Третото семејство кое доминираше со националната власт во овој период беше семејството Нојо (Хоџо), чии членови владееа од 1203 г. како шогунални регенти, *shikken* (шикен). Ова иницираше комплексно и многуслојно делегирање, пренесување на моќ, за што во светската историја постојат многу ретки паралелни примери. Императорот владееше со Кјото, меѓутоа империјалната влада беше контролирана од регент од семејството Фуџивара. Извршната државна власт беше во Камакура, номинално предводена од шогун, меѓутоа во стварност контролирана од регентот од семејството Хоџо. За работите да бидат покомпликувани, од средината на 13 век шогунатот почна активно да се вмешува во

империјалното наследување, создавајќи и раскол на империјалниот двор што уште повеќе ја намалуваше неговата моќ.

Расчистувањето со оваа бесмислена институционална комплексност беше изведено од страна на Императорот **Go-Daigo** (Го-Даиго; 1318-1339) во 1333 г. Тој му објави војна на семејството Хоџо, го уништи Камакура шогунатот и стана раководител на ревитализираната империјална власт. Сепак, ова возобновување на империјалното влијание траеше патетично кусо. Во 1336 г. **Ashikaga Takauji** (Ашикага Такауџи; 1305-1358), инаку главен воен заповедник на Го-Даиго, се сврте против Императорот, го симна од власт, а на негово место инсталираше марионета од сосема друго крило на Империјалниот двор, тн. Северен двор. Овој пак, за возврат го назначи Такауџи за шогун, така воспоставувајќи го 240 години долгиот шогунат **Muromachi** (Муромачи).

Го-Даиго воспостави конкурентен двор, тн. Јужен двор, кој успеа со потреси да се одржува до 1392 г., кога антагонизмот помеѓу двата двора беше конечно разрешен од страна на третиот Муромачи шогун, **Ashikaga Yoshimitsu** (Ашикага Јошимицу, 1358-1408). Материјалната благосостојба на Империјалниот двор го достигна своето најниско ниво во тек на периодот Муромачи (1336-1573), додека Империјалната Палата беше комплетно уништена во време на катастрофалната **Onin** (Онин) војна (1467-1477).

(продолжува)

Користена литература: “Japan: profile of a nation” од група автори, прво издание, 1994; Kodansha International Ltd., Tokyo, Japan; превод и адаптација на авторот.

Подготвил:
Проф. д-р Оливер Каранфилски

ЈАПониЈА ОДИ ПО СОНЦЕ

Владата на Јапонија бара да се врати водечката национална улога во истражувањето и корисењето на сончевата енергија во светот.

Во април оваа година, во Јапонија, започнале подготовки за вградување нови соларни плочи на крововите на десетици илјади куќи во јапонските домаќинства и стопански простори, поттикнати со субвенциски планови на Владата. Тоа е чекор кон повторно воспоставување на доминантната позиција што ја имала Јапонија во минатото, во примената на соларната енергија, на којашто Јапонците биле особено горди.

Сепак, во Владата знаат дека веќе не може да се смета на тоа граѓаните да продолжат да ја поддржуваат примената на соларната енергија, само врз основа на граѓанската гордост и еколошка свесност. Затоа, досега се потрошени 30 милијарди јени (300 милиони \$) државни пари за финансирање на истражувањата и развојот на технологии за овие цели.

Јапонија во 1999 година била водечка земја во производството на соларни ќелии и таа позиција ја имала неколку години по ред. Според Министерот за индустрија, во 2005 година соларните ќелии произведени во Јапонија изнесувале 45% од вкупниот светски капацитет. Во 2007 година тоа производство е намалено на 24,6%, што е сосема малку пред кинескиот удел во светското производство, кој изнесува 22%.

Во доцните 1990-ти години, Јапонците инсталирале капацитети за производство енергија со помош на соларни ќелии повеќе од која било друга земја, но во 2005 година биле надминати од Германците, а во 2008 година и од Шпанците. Затоа, во Јапонија, во

периодот од 2003 до 2007 година овие капацитети биле зголемени повеќе од двојно. Но, и покрај тоа, Јапонија не можела да ја издржи „трката“ со Германија, која во истиот период за девет пати ги зголемила своите капацитети за оваа намена. Големiot пораст на производството во Германија бил поттикнат со „хранидбена“ тарифа (feed-in tariff) со која се финансира или се „храни“ инвестицијата за некој проект. Таа, исто така, гарантира дека електраните со соларни ќелии и инсталациите на крововите ќе добијат висока цена за произведената електрична енергија и дека средствата ќе се враќаат во мрежата (инвестициски вложувања). Во 2007 година Германија имала двојно повеќе од 1,92 гигавати инсталирани капацитети, достигнати во Јапонија.

Јапонците знаат како да се зголеми примената на соларната енергија

Јапонија сега сака да се врати на врвот. Во јули минатата година, владата на Јапонија објавила акционен план „економија со мал удел на јагленот“ и ја повикала земјата да се врати на својата водечка глобална позиција со соларната енергија. Поставена е амбициозна цел: капацитетот на соларната енергија од 1,4 гигавати во 2005 година да се зголеми за 20 пати до 2020 година. Во 2009 година се осигурани средства во износ од 10 милијарди јени за истражувања и развој на соларната фотоволтажна енергија. Додатни средства, во износ од 60 милијарди јени, ќе се наменат за субвенционирање на обновливите енергии, а дел ќе се насочи кон соларните ќелии.

Неодамна објавениот поттикнувачки економски пакет во земјата има за цел насочување кон истражување и развој на соларната енергија како едно од главните подрачја на финансирање,

иако специфичните износи до сега не се определени. Податоците за тоа се достапни во списанието *Natura* 458, 819; 2009.

За поттикнувачката програма за инсталирање соларни плочи во домаќинствата и стопанските објекти, што започнала во април оваа година, издвоени се 70 000 јени по киловат. Програмата се покажала како многу популарна. Потврда за тоа е бројот на околу 22 000 пријавени барања во првите два и пол месеци од објавувањето на програмата.

Министерот во новиот оддел за обновлива енергија при Министерството за индустрија, **Takashi Kawabata**, истакнал дека Јапонија се издвојува со своите капацитети во домаќинствата и работните простории со 1,55 милиони киловатчасови (80%). Во Германија само 40% од капацитетите се инсталирани на вакви места, но енергетските фирми (фирмите за производство и дистрибуција на енергијата) наоѓаат дека е профитабилно да се вложува во тие места, заради „хранидбената“ тарифа. **Kawabata** истакнал дека акциите во Германија се водат пред сè заради профитот, додека кај Јапонците профит нема. За да ја објасни граѓанската мотивација за инсталирање на оваа технологија, **Kawabata** го цитирал познатиот јапонски термин „*yasegman*“ што значи „да се истрае поради гордоста“.

Сепак, во Јапонија се расправа за „*feed-in*“ тарифата, чиј удел ќе може да се види во 2010 година и ќе им овозможи на домаќинствата и на стопанските субјекти со соларни плочи да ја продаваат електричната енергија, по цена двапати поголема од актуелната. Многумина сметаат дека ова ќе придонесе за зголемување на цената на електричната енергија од сите извори. Во Јапонија, цената на производство на еден киловат-час струја произведена од соларни ќелии е двапати поголема од цената која им се наплатува на потрошувачите.

Владата на Јапонија има за цел двапати да ги намали трошоците во текот на пет години. Организацијата „*The New Energy and Industrial Technology Development*“ која ги распределува средствата за истражување за Министерството за индустрија реализирала осумгодишно истражување на терен за да ја покаже вредноста на соларните ќелии инсталирани на големи растојанија. За овој проект, во период од 2007 до 2014 година ќе бидат потрошени околу 6,3 милијарди јени по година и дополнителни 3,7 милијарди јени за други различни активности поврзани со зголемување на ефикасноста на соларните ќелии, со поефтин произведен процес и изнаоѓање начини да се употребуваат поефтини материјали.

Во еден од тие проекти во заеднички истражувања се поврзани околу 30 универзитетски институции и стопански субјекти. На таков начин, во **Mitsubishi Electric** се направени поликристални соларни ќелии кои претвораат 18,8% соларна енергија во електрична, во споредба со до сега остваруваните 15-16%. Исто така, во Sony, е подобрена единечната ќелииска ефикасност на 22,3 %, што е, според водителот на проектот **Masafumi Yamaguchi** од Toyota Technological Institute од Nagoya најдобар резултат во светски рамки. Yamaguchi воедно е научен советник за новата програма која ја финасира јапонската Агенција за наука и технологија. Со силна поддршка од 8 милијарди јени во тек на седум години, дванаесет тимови од научници ќе се обидат да изнајдат нови материјали за поефтини соларни ќелии. **Yamaguchi** изјавил дека Јапонија треба да ја следи оваа насока поради притисокот од поефтините производители, особено од Кина, па според тоа ова е единствена можност за постигнување на конкурентноста.

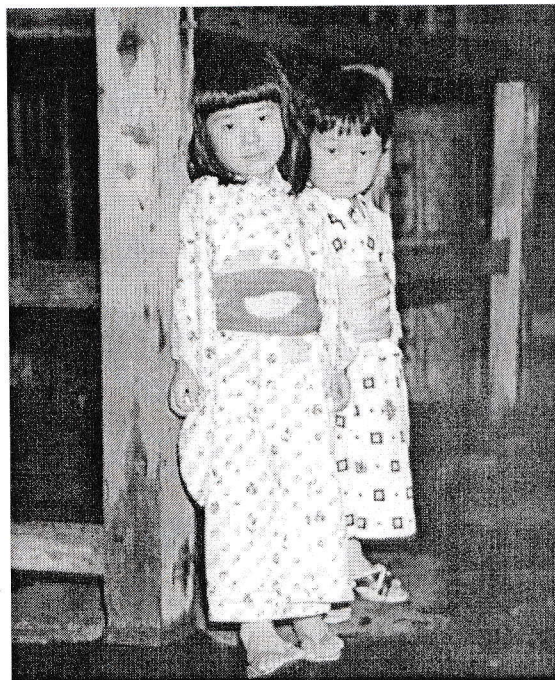
Подготвила: д-р Јелена Димитријевиќ
Извор: *Nature* 485, 1084-1085 (2009) објавено on line на 29 април 2009

ШТО САКАМ ДА ЗНАМ ЗА ЈАПОНИЈА?(III)

Сакам да знам од каде појекнуваат Јапонците, и воопшто, за јапонското население.

Во воведот кон "Што сакам да знам за Јапонија", наведов, имајќи ги предвид читателите кои се членови на Македонско-јапонското друштво за пријателство и соработка, дека за овој напис го користам материјалот што беше напишан и објавен од страна на јапонската амбасада во Белград во 1989 год., (на српски јазик), како и тој одпечатен во Токио во 1995 год. (на англиски јазик, подоцна преведен на македонски). Притоа подвлеков дека, во недостаток од нови пригодни публикации на македонски јазик, решив да ги презентирам информациите изнесени во овие ДВА материјали, но сега вклопувајќи ги во еден интегриран текст. Се разбира, логиката наложи, вака интегрираниот текст, по можност, да се надополни со нови информации, до кој е дојдено во годините што изминаа од времето на печатењето на споменатите материјали. Зошто се одлучив на таков чекор? Затоа што се покажа, дека во меѓувреме, многу информации значително се изменети. (Како објаснување за постапката го наведувам примерот со податоците за бројот на населението во Јапонија. Така, во материјалот објавен во 1989 година стои дека Јапонија има 122 милиона жители. (што беше точно за 1989 година), додека во тој одпечатен во 1995 година даа информација е 124,8 милиони жители. (што беше точно за 1995 год) додека информациите што се пласираат денес од страна на Статистичкото биро на Министерството за надворешни работи на Јапонија, кажуваат дека Јапонија, по последниот попис на населението направен во 2005 година, имала 127,77 милиони жители. Денес пак, (2009 год)

низ јапонскиот дневниот печат, што го следам редовно, често се укажува на бројката од 128 милиони жители.



Спрема тоа, Јапонија е една од најгусто населените земји во светот, со просек од околу 330 луѓе на еден квадратен километар. За посликовито да го илустрирам овој податок, ќе укажам на примерот со територијата на бившата СФРЈ. Територијата на Јапонија е нешто малку поголема од територијата што ја завземаше бившата СФРЈ, во која живееја околу 22 милиона луѓе. Значи, на една приближно иста таква територија, во Јапонија, живеат 128 милиони луѓе, или четири пати повеќе. Но, од статистичките податоци, сепак, не може да се добие вистинската густина на населението во одредени региони, бидејќи статистиката резултатите ги дава врз основа на математичката формула кога ќе се поделат квадратните километри на вкупната територија со бројот на жителите, а добиената цифра случајно може да се совпаѓа со вистинската густина на населението во одреден



Јапонија најгустро насељена



населена земја во светот

регион, меѓутоа, во други региони, таа густина на населението може да биде и двојно или тројно поголема. Посебно ако се има предвид дека околу 70% од територијата на Јапонија е покриена со високи планини обраснати со густ шуми и голема влажност, што за Јапонците претставува уште една тешкотија повеќе. Просторот покриен со планини со голема влажност, едноставно, се покажува неподобен за изградба



на живеалишта и патишта, што прави некои региони на земјата да бидат уште погусто населени. Така, најмногу Јапонци живеат крај развиениот источен брег или во јужниот регион, каде што се наоѓаат и најголемите јапонски градови. Се смета, дека повеќе од една десетина од населението, живее во или околу главниот град Токио. Тој, којшто бил во Токио, знае дека во т.н. "шпиц", кога луѓето одат, или се враќаат од работа, по улиците, би се рекло, во еден или во друг правец, се движат илјадници луѓе, буквално одејќи еден до друг. Затоа, на станиците на возовите на метротото, (главното превозно сретство во големите јапонски градови), постои

посебна служба од вработени, кои имаат задача буквално да ги набиваат луѓето во вагоните на возовите, за да можат што повеќе луѓе да влезат, се разбира, со единствена цел, на повеќе луѓе да им биде овозможено навреме да стигнат на работа. На тој што има полесна или потешка клаустрофобија, каков што сум, на пример јас, на таков, не би му советува да влезе во просторот на метротото, а камо ли во вагонот на возот, во тој период од денот кога е шпицот. Мене тоа еднаш ми се случи, се разбира, кога немав јасна претстава за тоа што значи да си во метротото во време на шпицот и никогаш повеќе.

За појеклото на Јапонците.

Јапонците имаат различно потекло. Некои од нив се дојдени од азиското копно и се претопиле со домородното население од јапонските и од блиските Пацифички острови. Подоцна, дојденците од Кина и од Кореја влијаеле врз развојот на јазикот и културата. Секој регион си има свои обичаи, празници, народни приказни и храна. На пример, населението од регионот Канто, во кој спаѓа и Токио, често јаде НАТО-јадење од ферментирана соја, а населението од регионот Кансаи, во кој спаѓа градот Осака тоа го прави многу ретко. Постојат и сосема различни начини на подготвувањето на храната во зависност од различните подрачја. Секој регион има и свој дијалект со посебни термини и фрази, што се менуваат од место до место. Начинот на живот во руралните подрачја е подруг од тој во пренатрупаните метрополи, како што се на пример Токио или Осака. И покрај тоа што сите Јапонци го учат истото школо, а масовните сретства за информирање го употребуваат истиот

стандарден национален јазик, постојат многубројни дијалекти и разлики во зависност од подрачјата. На пример, кога некој кој е роден во Осака, разговара во кругот на своето семејство или во кругот на своите пријатели ќе каже: ОКИНИ (благодарам), додека тој што е роден во Токио ќе каже АРИГАТО (благодарам). Дури, се смета дека и по некои лични особини постојат разлики во различните подрачја на земјата. На пример, за луѓето од подрачјето на Осака се вели дека се последни, поистрајни и поприсни од оние во Токио, за кои се смета дека се пороботни и понепосредни.

Зошто јапонскиот народ му придава посебно значење на заедничкиот труд и разбирање, одговорот се бара во големиот број жители, нивната скоро иста и единствена култура. Луѓето живеат заедно, едни покрај други и воопшто земено, стануваат свесни за потребата да бидат едни покрај други, дури и кога тоа понекогаш значи дека се принудени да се подредат на желбата на поединци. Може заради нивната географска положба на островска земја и историската одвоеност од другите народи, Јапонците стануваат свесни дека нивната култура се разликува од културата на другите народи.

Јапонците физички се слични на другите народи на Источна Азија. Имаат темна црна коса, бадемest облик на очите и среден раст. Во врска со просечната висина на Јапонците, во последните неколку десетина години, како резултат на зголемениот стандард на животот, се забележуваат



видливи промени. Така, последните статистички истражувања покажуваат дека младите Јапонци, за по неколку сантиметри се повисоки од нивните родители во истите годни на старост. Деветнаесетгодишното момче сега е високо околу 1,72 сантиметара, додека деветнаесетгодишното девојче е високо 1,57 сантиметара.

Постои и еден многу интересен феномен. Многу луѓе, се разбира кои припаѓаат на белата раса, мислат дека сите Јапонци си личат еден на друг, што се разбира не е точно. Секој си има свои одлики, така што нивните ликови многу се разликуваат еден од друг. Ист е случајот и кај луѓето од жолтата раса, тие мислат дека сите луѓе од белата раса си личат еден на друг. Некои јапонски деца, често се прашувале, дали луѓето со сини очи гледаат сè во сина боја.

(Продолжува. Во наредниот број ќе зборуваме за начинот на живеење посебно во големите градови)

Д-р Коста Балабанов

КРИЗА ВО АВТОМОБИЛСКИОТ ГИГАНТ ТОЈОТА

Финансиската криза, што се појави во Соединетите Американски Држави, го зафати целиот свет. Како последица на тоа, многу индустриски гранки се соочија со многубројни проблеми, а пред сè со намалување на продажбата, поради опаднатата финансиска моќ на потрошувачите. Многу од нив, за да ги избегнат загубите, го намалија своето производство, со што голем број од работниците ги загубија своите работни места. Една од најпогодените индустрии е и автомобилската индустрија.

За тоа што се случува со автомобилскиот гигант Тојота и кои други причини, освен светската финансиска криза, се виновни за загубите коишто ги поднесува Тојота, ќе дознаеме од статијата на новинарот Иноуе Хисао, објавена во списанието *Japan Echo* No. 6 од месец јуни 2009. Иноуе Хисао дипломирал филозофија на Универзитетот во Киуши, а магистрирал претприемништво на Универзитетот во Осака. Денес е работи како хонорарен новинар. Позабележителни трудови му се „Судирите во Тојота“ (како коавтор) и „Едноставен и искрен развој на човечките ресурси во Тојота“.

Што се случува со Тојота

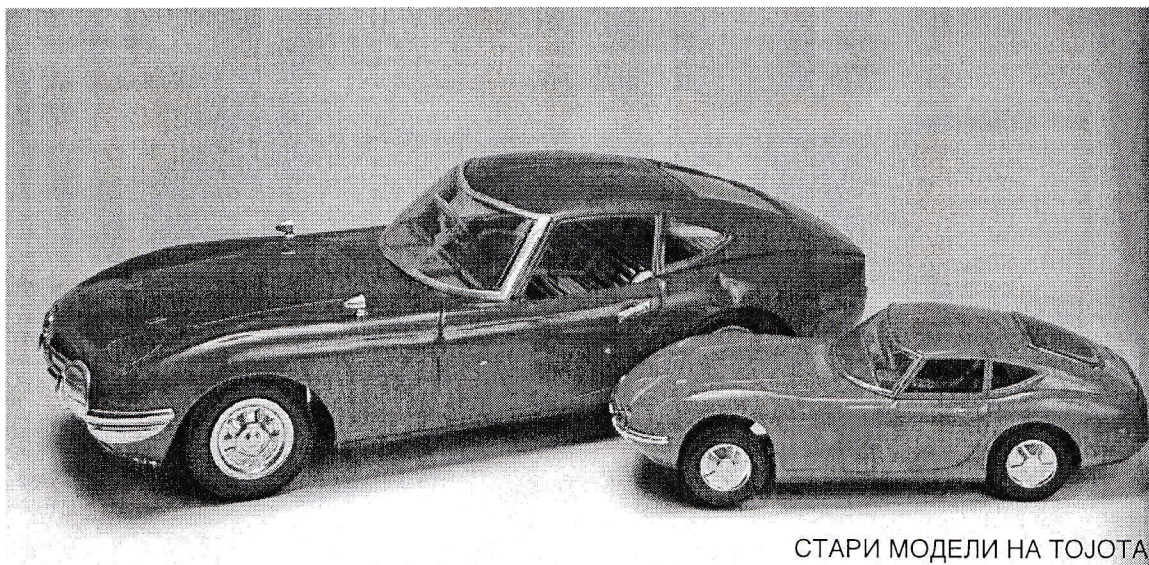
На прес-конференцијата, одржана на 20 јануари 2009 година, Тојода Акио, извршен потпретседател на Toyota Motor Corporation, имаше црвенило на лицето и постојано гледаше во аголот на собата. Педесети и двегодишниот внук на Тојода Киичиро, основачот на компанијата, објави дека по редовниот состанок на акционерите, што ќе се одржи во месец јуни, ќе го преземе претседателското место на компанијата. Откако стрикото на Акио, Тојода Татсуро, во месец август 1995 година, се пензионира

поради здравствени причини, компанијата Тојота имаше тројца претседатели, кои не беа членови на фамилијата Тојода: Окуда Хироши (1995-1999), сега постар советник; Чо Фуџио (1999-2005), сега еден од раководителите и актуелниот претседател Ватанабе Катуаки (2005-2009). Сега, по 14 години, раководењето со компанијата повторно го презема фамилијата Тојода. Тој исто така, објави дека по состанокот на акционерите и состанокот на бордот на директори, своите извршни функции ќе ги напуштат и сегашниот претседател Окуда и почесниот претседател Тојода Шоичиро, татко на Акио.

Соопштувајќи ја оваа селекција, која зазеде централно место на прес-конференцијата, Тојода Акио, со својот карактеристичен пискав глас, рече: „Јас верувам дека потребно е повторно да се вратиме на нашите основни принципи со кои купувачите се ставаат на прво место и *genchi genbutsu* (што слободно може да се преведе како „оди и види се себеси“). Јас сакам да бидам претседател кој секогаш ќе биде во првата борбена линија“.

Изразот „да се биде во првата борбена линија“ значи дека новиот претседател ќе ги донесува одлуките. Тојота долго време беше корпоративна икона на Јапонија и движечка сила на домашната економија, но сега се соочува со голема криза. Последниве години автомобилскиот гигант бележи намалување на профитот, поради што се очекува загубите во фискалната 2009 година да достигнат 150 милијарди ¥ (јени).

За овој „Тојота шок“ големо влијание имаа и бројните надворешни фактори, а особено глобалната финансиска криза, којашто беше предизвикана со проблемите за кредитирањата



СТАРИ МОДЕЛИ НА ТОЈОТА

во Соединетите Американски Држави, немилосрдното покачување на вредноста на јенот, како и опаѓањето на интересот за автомобили меѓу младите Јапонци. Но, дали е тоа целата приказна?! Дали Тојота ќе продолжи да се самозадоволува со некогаш постигнатите ѕвездени резултати?! Мојата цел тука е да ги истражам вистинските причини за ненадејната криза во фирмата којашто до неодамна се сметаше за компанија со голем капацитет.

Ненадеен обрт

Ова е прва деловна загуба на Тојота од 1938 година, којашто беше втора година од нејзиното работење. Кога во 1950 година, среде метежот што настана по Втората светска војна, кога компанијата западна во тешкотии и кога дојде до поголемо отпуштање на вработените, Тојода Киичиро резигнирано ја презеде одговорноста врз себе.

Како последица од финансиската криза, којашто започна во Соединетите Држави и од другите надворешни фактори, во Тојота дојде до голем пад во продажбата на автомобили. Тојота повеќе пати се најде во расчекор со своите прогнози за пласман на своите автомобили, така што од 9,06 милиони возила во месец мај 2008 година пласманот опадна на 8,74 милиони во месец

август, 8,24 милиони во месец ноември и 7,54 милиони во месец декември. Последните податоци покажуваат дека продажбата опаднала за 1,37 милиони возила во однос на претходната година, кога биле продадени 8,91 милиони возила. Ако претпоставиме дека една фабрика за автомобили произведува околу 300.000 возила годишно, тогаш овој ненадеен пад на продажбата е еквивалентен со вредноста на околу четири до пет фабрики.

Компанијата Toyota Group, во чиј состав се и компаниите Daihatsu Motor и Hino Motors, во 2008 година низ целиот свет продаде 8,97 милиони возила со што за прв пат ја истисна од првото место водечката компанија General Motors. Но сепак, Тојота не е во можност да го слави ова долго очекувано постигнување, бидејќи среде глобалната криза оваа титула го нема поранешниот сјај.

И покрај тоа што Тојота стана светски лидер во продажбата на автомобили, сепак таа очекуваше да се изложи на оперативни загуби поради намалената продажба на големиот пазар во Северна Америка, каде што главно се продаваа луксузни автомобили.

Големата вредност на јенот, исто така, е причина за зголемените загуби. Секое зголемување на вредноста на

јенот наспроти доларот го намалува профитот за 40 милијарди јени, додека пак секое зголемување на вредноста на јенот наспроти еврото ја чини компанијата 6 милијарди јени. Поради овие причини, Тојота очекува во тековната фискална година да претрпи загуба од 890 милијарди јени.

Во сегашнава состојба не се забележуваат знаци за подобрување. Најголемиот производител на Тојота во Северна Америка, Toyota Motors Manufacturing Kentucky, Inc, којашто го произведува моделот Camry, во јануари не работеше седум дена. Истиот месец, од вкупно 75 производни линии на Тојота во целиот свет 16 од нив ги редуцираа своите производни програми, со тоа што наместо работа во две смени прејдоа на работа во една смена.

Пред една година, домашното производство на Тојота изнесуваше 18.000 автомобили на ден, што е повеќе е од периодот на доцните 1980-ти и раните 1990-ти години, додека пак во 2009 година бележи пад на ниво какво што беше за време на нафтената криза во 1970-тите години. Денес дневното домашно производство е преполовено и изнесува 9.000 возила, односно на 2 милиони во 2009 година. Поради тоа, Тојота одлучи да го запре производството во 12 фабрики за време од 11 дена во месеците февруари и март.

Ударен бран на Тојота

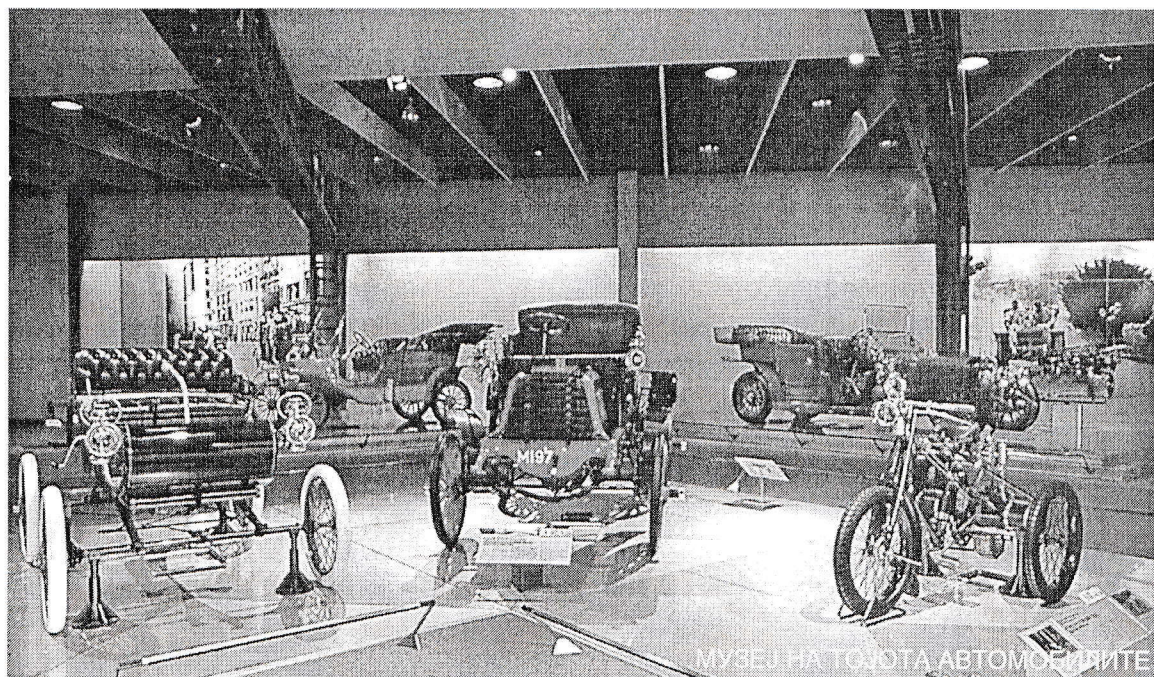
Ударот од „Тојота шокот“ се прошири. Отпуштањето на работниците под договор, на привремено вработените преку агенции и на другите нерегуларно вработени, стана главна грижа во фокусот на концернот. Тоа беа истите работници под договор на Тојота, кои во времето на големиот „бум“ во продажбата на автомобили, на компанијата \$ овозможија да го зголеми производството во сите нејзини домашни фабрики. Во 2005 година, кога Тојота имаше најголемо производство, во ком-

панијата работеа 11.000 работници под договор, додека пак на крајот на месец март 2008 година тој број изнесуваше 9.000. Компанијата планираше при крајот на месец март 2009 година да го намали бројот на работници под договор на 3.000, со тенденција за понатамошно смалување.

Тојота сметаше дека може да го оствари домашното производство од 3 милиони автомобили само со ангажирање на редовно вработените работници. Меѓутоа, неизвесно е остварувањето на сегашното ниво на производство без евентуално зголемување на редовно вработените работници.

Брзото опаѓање на цените на производите на Тојота имаше сериозни импликации врз финансиите на локалните влади. Во градот Тојота Сити, во провинцијата Аичи, каде што се наоѓа седиштето на компанијата, планираниот буџет во фискалната 2008 година (април 2008 до март 2009) изнесуваше 171.2 милијарди јени, вклучувајќи ги тука и предвидените 44.2 милијарди јени за општинските корпоративни приходи. Ова значеше намалување за 40 милијарди јени.

Иако Тојота моментално има капитал од речиси 4 илјади милијарди јени и внатрешни резерви од 13 илјади милијарди јени, сепак овој автомобилски цин се соочува со финансиски тешкотии. Меѓутоа, автомобилската индустрија има хиерархиска структура. Во прв ред, фирмите што директно ја снабдуваат Тојота стануваат второстепени, третостепени, четвртостепени или петтостепени снабдувачи на делови, од кои најголем број се мали или средни претпријатија. Очигледно е дека во тековнава економска клима некои од овие поддоговарачи се соочуваат со финансиски тешкотии, а некои пак банкротираат со што се прекинува снабдувањето на Тојота со делови, а со тоа и производството на автомобилите.



Главните снабдувачи почнаа да ја чувствуваат критичната положба. На 24 декември 2008 година, корпорацијата „Денсо“, најголемиот производител на електронски делови во Тојота, откри дека во фискалната 2008 година очекува оперативна загуба од 49 милијарди јени. Истиот ден компанијата „Аисин Сеики“, којашто произведува трансмисиони и други делови, објави дека наместо планираниот профит за 2008 година од 80 милијарди јени ќе оствари оперативна загуба од 10 милијарди јени.

Главната вест во утринското издание на весникот Nihon Keizai Shimbun од 24 декември 2008 година беше: „Јапонската банка за меѓународна соработка го проширува подрачјето за финансирање – специјални мерки на министерството за финансии“. Весникот „Nikkei“ пак објави дека владините финансиски институции преземаат активности со кои би им се помогнало на компаниите да го зголемат капиталот од пазарот преку намалување на корпоративните обврски. Според изјавите на некои функционери на централната влада, оваа активност е преземена како резултат на лобирањето од

страна на Тојота во Министерството за финансии. Ако Тојота ги прошири своите активности во странство, тогаш нејзините второстепени или третостепени поддоговарачи ќе изградат свои фабрики во странство, заради снабдување на локалните фабрики со делови. Според репортерот на „Nikkei“ главна цел на овие мерки е да се спречи банкотот на компаниите кои се соочуваат со финансиски тешкотии.

Дали се очекува йовеќе црвено мас-тило?

Ударите од загубите објавени од страна на Тојота беа опустошувачки и широко распространети, поради што се поставува прашањето: што ќе се случи ако црвеното мастило продолжи да тече?

Тојота традиционално на крајот од секоја година ги објавува податоците за планираното производство и продажбата во наредната година. Меѓутоа, на конференцијата за печат, одржана на 22 декември 2008 година, ниту еден од претседателите не ги објави овие податоци. Оперативниот менаџмент од централата на Тојота објасни и зашто: „Тоа делумно е и поради тоа што ние не сакаме да предвидуваме колку

ќе одат работите надолу додека не го достигнат дното... Според најлошото сценарио, оперативните загуби можат да достигнат илјада милијарди јени или можеби повеќе”.

Покрај тоа, иако Тојота не ги објави податоците, таа планира на купувачите на автомобили низ целиот свет да им дава кредити во висина од 14 илјади милијарди јени, од кои 8 илјади милијарди јени се наменети за купувачите од Соединетите Американски Држави. Терминот *subprime* се однесува на хипотека на имот, бидејќи во едно семејство, по куќата, купувањето автомобил е најголемо купување. Тојота истакнува дека тоа е соодветен чекор со кој се бори против загубите, предизвикани од високата невработеност во САД, бидејќи купувачите не можеа да ги вратат кредитите во вкупна вредност од 50 милијарди јени. Иако состојбите во економијата на САД и понатаму се влошуваат и невработеноста продолжува да расте, сепак, Тојота обезбедува повеќе пари за да се спречи поголем удар. Тојота од продажбата остварува приход од 21,5 илјади милијарди јени, што е еквивалентно на една четвртина од јапонскиот национален буџет и на име на корпоративни такси издвојува околу 5% од државните приходи. Заедно со сродните индустрии, Тојота обезбедува неколку проценти од бруто националниот производ на Јапонија. Опаѓањето на успехот на компаниите го зголемува ноќниот кошмар во исчекување на понатамошно разгорување на огинот на јапонската депресија.

Оковани со „глобалниот масџер план“

Поради сето ова, многу се фокусирав на надворешните фактори кои придонесоа за влошување на состојбите во Тојота. Сепак, некои компании почнаа да ги менуваат сфаќањата, кои некогаш постоеја, дека единствена

причина за кризата се економските состојби во САД.

Есента 2008 година, некои управители во Тојота, како и некои луѓе од другите компании, го критикуваа актуелниот менаџерски тим за тоа што непотребно дозволил да се зголемат загубите, а намалувањето на производството не го направиле во вистинско време. Големината на судирот меѓу постарите раководители на Тојота стана евидентен на 6 декември кога се објавија резултатите од фирмата. Комитетот за итно подобрување на профитот, кој главно беше составен од извршните потпретседатели, беше сцената на несогласувањата помеѓу оние кои препорачуваа брзи мерки за зголемување на профитот и оние кои повеќе сакаа подлабоки реформи.

На следниот состанок на извршните потпретседатели, одржан на 14 ноември, почесниот претседател, Тојода Шоичиро, праша: „Зошто овие денови сите клучни одлуки на нашата компанија се донесуваат од страна на мала група луѓе?“ Тоа беше ретка изјава на човек кој вообичаено се воздржуваше да ги коментира одлуките од генерално значење. Неговата интервенција се покажа ефективна и им даде зелено светло на останатите извршители да го повикаат менаџментот на фирмата да даде отчет.

Па сепак, појавата на пукнатина во менаџментот на управниците е само еден дел од оваа приказна. Во времето кога Тојота со години работеше со импресивни резултати донесувањето суптилни одлуки се вршеше внатре во компанијата.

Поранешниот извршен потпретседател се сеќава на минатите времиња кога тој обвини еден од неговите потчинети службеници со извикот: „Знаете ли вие дека ние не работиме во Советскиот Сојуз?!“. Стабилното зголемување на продажбата на производите

на Тојота во странство, претставуваше главна цел во плановите за продажба и потчинетите службеници се обидуваа да најдат начин да ја држат состојбата под контрола. Извршниот потпретседател предупредуваше на имитирањето на строгите планови на економскиот менаџмент во Советскиот Сојуз.

Но, во 2002 година Тојота го откри глобалниот мастер план кој во главни црти ги прикажуваше среднорочните и долгорочните производни стратегии, целите за производство и продажба и другите дејности. Тојота го изработи овој план бидејќи беше оценето дека за компанијата ќе биде подобро ако на вработените и на поддоговорачите им се даде приближна идеја за идните планови на компанијата, со што ќе им се овозможи поагресивен настап на странските пазари. Другата цел беше да им се олесни на снабдувачите со делови, кои почнуваа да се жалат на неумоливата експанзија на Тојота, зашто тие не се во можност однапред да обезбедат персонал и опрема, кои се потребни за ефикасно следење на производствените планови на компанијата.

Наскоро глобалниот мастер план, почна да се применува. Вработените станаа опседнати со придржувањето на принципите од планот и со нивните желби за реализација на нивните квоти. Планот почна да се гледа како цврста целина и секоја идеја за негова модификација беше анатемисана.

Овој мастер план на Тојота ја одзеде долго воспоставуваната претпазливост. Автомобилската индустрија се одликува со високи производствени трошоци и има потреба од голем број работници и многу скапи производствени капацитети. Опаѓањето и измените во односите помеѓу одделните капацитети на фирмата, можат наеднаш профитот да го претворат во загуба. Тоа е затоа што неискористените капацитети не носат добивка, а при тоа

неискористените работници треба да се платат. Ова е причината поради којашто Тојота традиционално е внимателна кога е во прашање изградба на нови фабрики. Главната карактеристика на легендарниот производствен систем на Тојота беше да се овозможи на компанијата да понуди производи кои се моментално барани на пазарот, и тоа не на основа на секундарни претпоставки за побарувањата во иднина, туку на основа на моменталните побарувања и тоа да се направи брзо и ефикасно. Изградбата на нови погони, еден по друг, треба да биде среднорочна и долгорочна цел на глобалниот мастер план. Со ова Тојота самата се оптоварува со вишок на производствени капацитети. Откако експанзијата стана нова водечка филозофија на фирмата, податоците од планот беа употребени како база за креирање на политиката за изградба на погони и за одредување на персоналните задачи. Меѓутоа, како резултат на ваквата политика глобалните производствени капацитети на Тојота достигнаа 10 милиони возила, додека моменталната продажба е помала за 2 милиона возила, што значи дека се јавува вишок на капацитети во вредност на 6 фабрики.

Опасност од top-down менаџментот

Стратегијата за менаџирање со глобалниот профит, којашто Тојота ја воведо по глобалниот мастер план, исто така беше во судир со главните операции на компаниите. Средно рангираните извршители забележуваат: „Финансискиот сектор станува главен во одредувањето на регионалните квоти, поради што ние не сме сигурни дека профитните цели ќе бидат презентирани пред институционалните инвеститори. Додека тие кои се вклучени во производството и продажбата на автомобили, употребуваат реални податоци од предната линија за предвиду-

вање на трендовите во резултатите и продажбата, оние во седиштата речитираа бројки извадени од воздух, наредувајќи им на сите слепо да ги следат нивните инструкции.”

Глобалниот мастер план и глобалното управување со профитот ги турнаа вработените во некои состојби слични на оние со здружената бирократија. Од вработените кои работат во секторите за продажба во Јапонија имаше жесток отпор кон овој тренд. Оперативната група за продажба на Тојота возилата во земјата имаше организациона структура, способна во 1997 година да направи профит од продажба на 1,8 милиони возила во Јапонија и што е позабележливо, да направи профит и кога продажбата во 2007 година опадна на 1.2 милиони возила. Ова беше постигнато благодарение на зголемувањето на приходот, кој се создаваше со зајакнување на сервисните услуги како што се преглед на возилата и продажба на осигурување. Овие структурни подобрувања на Оперативната група за продажба во земјата помогнаа за покривање на 70% од општите оперативни трошоци, вклучувајќи ги тука и платите за вработените. Ова е постигнато со зголемување на приходот од сервисните услуги, а не со зголемување на продажбата на возила. Игнорирајќи го овој рекорд во изградбата на здрава профитна структура преку зајакнување на најниските напори за управување со секојдневните реални промени во дилерската мрежа, главната дирекција на Тојота ненадејно почна да издава *top-down* инструкции.

Според логиката на планерите, секое продадено возило на пазарот во Соединетите Држави, го зголемува профитот. Тоа би значело дека секој нов модел би требал да се дизајнира според американската спецификација. Тоа пак, значи дека серијата Lexus RX произведена на 19 јануари 2009 година

се однесува на сите ознаки на модели развиени на овој начин. За возилата кои се многу големи и луксузни, Тојота донесе одлука истите да не ги продава во Јапонија. Ова ја принуди фирмата да донесе неочекувана и необична одлука со која се овозможува продажба на претходните модели и покрај појавата на нови модели.

Новиот модел Prius due, кој почна да се произведува во месец мај и беше дизајниран така што волуменот на постојниот модел од 1,5 литри се зголеми на 1,8 литри, исто така беше развиен со основна цел да се зголеми продажбата на пазарот во Соединетите Држави. Иако новиот модел, благодарейќи на технолошките подобрувања, разви поголема ефикасност во потрошувачката на гориво, сепак поголемата цена беше пресудна Тојота да донесе одлука да продолжи со продажба на постојниот модел и покрај појавата на новиот модел од серијата Lexus RX.

Силата на Тојота отсекогаш лежела во производството на голем број модели со мал волумен. Собранието на Тојота одлучи во 2006 година да започне со производство на возила во Тексас и тоа со обврска за ексклузивно производство на моделот Tundra, односно големи *pick-up* возила. Иако се знаеше дека овие возила се уникатен тип во Соединетите Држави и дека нивните производствени трошоци се многу големи, сепак, сметајќи на стопанскиот „бум“ во Соединетите Држави, се одредија високи продажни цени.

Тојота денес има пет извршни потпретседатели, од кои тројца не работат на своите специјалности. Ветеранот во продажбата Сасацу Киоџи сега е одговорен за набавки. Киношита Митсуо, кој главно има искуство во менаџирање со работната сила, сега одговара за корпоративното планирање, човечките ресурси и за сметководств-

вото. Техничкиот експерт Учијамада Такеши, кој беше шеф на инженерите за производство на оригиналниот Prius, сега е одговорен за производството.

Задолжувањето на извршните потпретседатели да бидат одговорни за работата на секторите, кои се различни од оние во кои порано работеле, се прави со цел да се намалат бариерите кои ги спречуваат комуникациите меѓу ресорите. Меѓутоа, вистинскиот ефект од ваквата пракса е што бордот на извршните потпретседатели не е во можност адекватно да ја исполнува неговата улога во одржување на линиите на Тојота. Со извршни потпретседатели кои се одговорни за области надвор од нивните специјалности, се планира да се произведат секторски менаџери кои сега ќе бидат насочени кон добивање одобренија без да бидат изложени на ригорозни и долготрајни контроли.

Пошомокој засилува на челна позиција

Дали Тојота може да се опорави од оваа криза, каква што досега не се случила? Одговорот зависи исклучиво од способноста на идниот претседател Тојода Акио. Би било тешко да се преувеличува важноста на неговата декларативност кон можноста да се биде „претседател кој е близок со првите редови“.

На 21 јануари Тојода присуствуваше на националната конференција на продавачи, која ги собра на едно место менаџерите на сите компании на Тојота од земјата и странство. Во својот говор на конференцијата тој изјави: „Јас сакам повторно да се разгледа планирањето на производите поради кои сме принудени да ги игнорираме желбите на потрошувачите, со преголемото нагласување на пазарот во Соединетите Држави.“ Тој е силно одлучен повторно да ја оживее Тојота

преку враќање на нејзините основни принципи, кои се засноваат на принципот секогаш да се излезе во пресрет на желбите на муштериите.

Тојода Акио е директен потомок на фамилијата основач на компанијата, но тој ниту го игнорира надворешниот свет, ниту пак е осетлив на прописите. Тој е енергичен спортист; беше член на хокејската екипа на Универзитетот Кеио и поседува меѓународна лиценца од Ц категорија за мото трки. Неговото спортско искуство има влијание на неговиот начин на размислување, којшто се гледа во важноста што им ја придава на добрите манири и етикети и во отвореноста во неговите размислувања.

Методот на работа на Тојода како претседател може да се види од начинот на закажување на состаноците. На 23 јануари во 3 часот попладне, Тојода свика строго доверлив состанок со 20 менаџери на Тојота, кои се собраа во салата за состаноци на најгорниот кат на главната управа. Присутните беа главно менаџери на сектори во својата петта деценија од животот, кои се фалат со своето богато искуство во првите редови во процесот на продажбата и другите дејности, како што е Инузука Рики, генерален менаџер на секторот за човечки ресурси. На 1 февруари Тојода формира „Група за разгледување на иднината на Тојота“, интерно тело составено од некои менаџери. Иако името на оваа група може да наведе на помисла дека тоа треба да организира работна конференција, сепак ова тело почна да се третира како посебен сектор на компанијата. Со тоа што му одговараше директно на Тојода, оваа служба во потполност ја играше улогата на „тајна служба“, одговорна за иднината на Тојота, која му помага на претседателот како некоја телесна гарда. Тојода излезот го бара во енергичниот апел упатен кон нервните членови

на ова ново тело: „Јас од вас барам да ја реформирате нашата компанија со фокусирање на првите линии.”

Доколку имаше некоја резерва кон состаноците на Тојода, таа би можела да биде насочена кон тоа што тој се раководи од неговите чувства и што понекогаш може да биде премногу искрен (што секако може да биде и корисно).

Возилата на Тојота се продаваат во повеќе од 170 земји, а компанијата вработува околу 300.000 луѓе низ целиот свет. Тојота настојува да биде „лицето” на јапонскиот бизнис, статус кој носи постојан притисок да се биде добар пример. Додека беше претседател (1995-1999), Окуда Хироши имаше обичај да каже дека сака Тојота да ја направи компанија за респект и покрај тоа што во исто време се појавија голем број противречности.

Секоја активност на Тојота беше следена со внимателно испитување бидејќи беше водечка јапонска компанија, а нејзиниот претседател истовремено беше и претседател на „Нипон Кеиданрен” (јапонска бизнис федерација). Дури и безначајно зголемување на прекувремената работа на нивните вработени, пробудуваше лутина кај јапонските власти од областа на трудот. Во меѓувреме, медиумите создадоа впечаток дека Тојота е одговорна за многуте отпуштањата во агенциите, со што стана објект на расправи од тој вид. Тојота поседува традиција на отфрлање на лошата среќа.

Пред Окуда да стане претседател, учеството на Тојота во јапонскиот автомобилски пазар се закануваше да падне под нивото од 40%. Откако Окуда ја презеде должноста, компанијата направи серија смели потези, како што е заедничкото вложување во производството на мотори во Кина и изградба на нови фабрики во Индија, Франција и други земји. Окуда практикуваше во

своите претседателски новогодишни честитки, како и во други пораки, да изјави: „За да се измени неуспехот потребна е вештина. Ве молиме не застанувајте на патот на оние кои сакаат да се изменат.” Ставајќи ја Тојота во решителна офанзива Окуда набрзо успеа да ја зголеми продажбата.

Со Окуда, Тојота почнува агресивно да настапува во областа каде што претходно беше осамена. Во овој резултат беа вклучени и возилата Prius hybrid и Vitz compact, кои на големо изненадување беа преземени од Хонда, претходниот лидер во оваа област. Сознанието дека Тојота се има променето стана широко прифатено, така што во минатите 10 години тоа \$ донесе силен просперитет.

На прес-конференцијата на која го објави неговиот избор за иден претседател, Тојода Акио потврди: „Минатата година автомобилската индустрија означи сто години од почетокот на производството на моделот T-Ford и основањето на компанијата General Motors, со што во вистински момент се упати добар удар на светската економска криза, којашто се случува еднаш во сто години. Дали е тоа совпаѓање?! Како член на индустријата со широки достигнувања, моја должност е да почнам со изградба на следните сто години од автомобилската историја, поради тоа што сметам дека луѓето ќе продолжат да ја поддржуваат нашата индустрија и во дваесет и првиот век.”

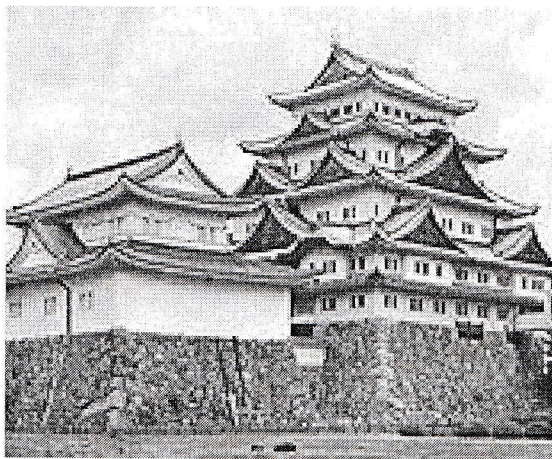
Автомобилската индустрија е влезена во долг тунел без излез на повидок. Иднината на Тојота и на јапонската економија зависи од мерките кои ќе бидат преземени и кои зависат од способноста на новиот претседател да управува со болниот гигант и надвор од тунелот, на светло.

Подготвил: д-р. Сергеј Милошевски

СВЕТСКО ПРВЕНСТВО ВО ВАДО-КАИ КАРАТЕ

Од 13 до 16 август 2010 година, Нагоја ќе биде домаќин на Светското првенство во Вадо-Каи карате. Првенството ќе се одржи во салата „Префектурната Аичи сала во Нагоја“, главен град на Аичи префектурата во централна Јапонија.

Ако го погледнеме сајтот на Нагоја, ќе забележиме дека највпечатлив објект е замокот на Нагоја, којшто ги симболизира јапонските боречки вештини и „самураите“. Оттаму, Нагоја се смета за јапонски центар за боречки вештини. Водечките личности од Нагоја не се одликуваат само со борбен дух и вештини, туку и со традиционална морална вредност врз основа на лична чест.



Замокоџ во Нагоја

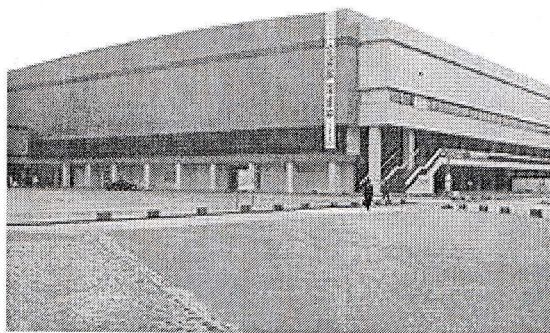
Впрочем Нагоја е родното место и на нашиот учител, односно учителот на сите вадо-каи мајстори од Македонија, господинот **Теруо Коно**. Господинот Коно, сега покоен, уште за време на својот живот имаше желба еден ден да нè покани сите мајстори од Македонија и не само од Македонија туку и од цела Европа и таму да организира голем камп и турнир. Ние со учеството на ова првенство ќе го исполниме неговиот завет.

Неодамна во Париз се одржа состанок на официјалните претставници на европската вадо-каи федерација и на Јапонската вадо-каи федерација на чело со претседателот, господинот Ашихара, на кој се утврдија правилата за настап на ова првенство. Имено натпреварите ќе се одржуваат по WKF правилата, во категориите кадети, јуниори и сениори. Тежинските категории се идентични со тие на WKF.

Право на ова првенство имаат сите вадо-каи каратисти кои имаат авторизација од Јапонската вадо-каи карате федерација.

Учеството на овој значаен настан не е од само спортски причини, односно за постигнување спортски резултати. Оваа прилика е одлична можност за секој еден вадо-каи член од целиот свет да се сретне со други и да го продлабочи меѓусебното разбирање и пријателството.

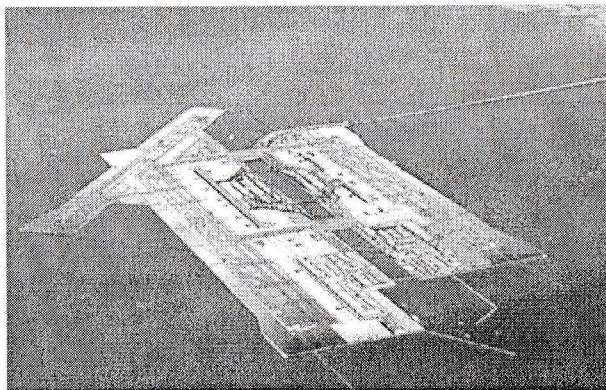
Во состав на првенството, пред и потоа ќе се одржи семинар што ќе го



Аичи Префектурна сала

водат врвните Вадо-каи мајстори од Јапонија и од целиот свет, а на крајот ќе се одржи полагање за црни појаси пред комисија на Јапонската Вадо-каи федерација.

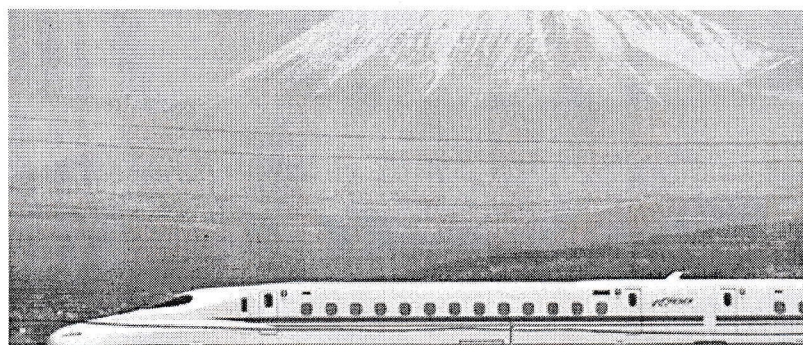
Префектурната сала Аичи е најголема спортска сала во целата префектура, изградена е во 1964 година. Се наоѓа во непосредна близина на средновековниот замок во Нагоја. Во неа се одржуваат голем број концерти и настани. Секоја година од втората до четвртата недела на јули во неа се одржуваат професионалните Гранд сумо турнири.



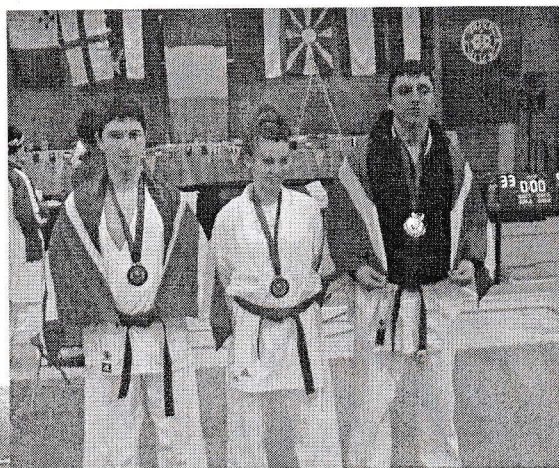
Аеродромот Кансаи во Осака

Иако во Нагоја постои меѓународен аеродром сепак најголемите компании имаат летови до Токио или Осака. Осака е град кој е поблиску до Нагоја. За учесниците на ова првенство посебно доживување ќе биде слетувањето на аеродромот Кансаи во Осака, којшто е уникатен по тоа што е изграден во море на вештачки изграден остров и кој со железнички и патен мост е поврзан со копното и градот Осака. Авторот на овие редови ја имаше таа чест во 1999 година да слета на овој аеродром.

Потоа од аеродромот Кансаи ќе можат да патуваат со еден од најбрзите возови во светот Шинкансен со максимална брзина од 270 км/час.



***Возот Шинкансен во
подножјето на
планината Фуџи.***



***Освојувачите на медали од
Европското првенство во
вадо-каи карате одржано
24 октомври 2009 година
во Даблин, Ирска: Црничиќ,
Бичаку и Пешиќ***

Во месец октомври 2009 година во Даблин се одржа Европското првенство во вадо-каи карате. На ова првенство екипата од Македонија беше со скромно број од пет натпреварувачи, еден судија, еден тренер и водач, но постигна извонреден резултат освојувајќи две златни и еден сребрен медал.

Златни медали освоија: Дејан Црничиќ, КК „Цветан Димов“ и Дриљон Бичаку, КК „Арена“ Струга, а бронзен медал освои Седат Пешиќ, КК „Цветан Димов“ – Скопје

Идната година тие ќе се обидат да освојат медали и на Светското првенство во Нагоја.

Текстот го подготви:
проф. д-р Јован Лазарев

**ЗАПОЗНАЈТЕ ГО МОДЕРНИОТ ЈАПОНСКИ СЛИКА
ПОРЦЕЛАН, ПРЕКУ КРЕАЦИИТЕ НА НЕКОЛКУ
ПОЗНАТИ МАЈСТОРИ**



*Какаиемон Сакаида XIII
Порцеланска чинија, декорирана со бамбус и ѝејеруѝки*

曙

マケドニア日本
友好協力協会
スコピエ



Kakiemon Sakaida XIII - йорцеланска чинија

Издавач:

ДРУШТВО НА МАКЕДОНСКО-ЈАПОНСКО ПРИЈАТЕЛСТВО И СОРАБОТКА - СКОПЈЕ

Адреса: Бул. "Илинденска", бр.9, 02 Скопје. Тел. и факс:(02)3118-731, 3117-440, 3118-063

Главен уредник: Д-р Коста Балабанов

Уреднички одбор: Д-р Оливер Каранфилски, (Заменик на главниот уредник),

Јулијана Балеvsка, Д-р Јелена Димитријевиќ, Круме Ефтимовски, Цветанка

Илиева, Д-р Атанас Кочов, Д-р Јован Лазаров, Д-р Сергеј Милошевски, Д-р Димче

Петровски и Мартин Тренески

Лектор: Даниела Лазаревска

Компјутерска подготовка: Живко Атанасов

Печат: РИ-Графика - Скопје

