

A KÖZ- ÉS VÁLLALAT-GAZDASÁGTAN ALAPJÁT ALKOTÓ NÉHÁNY KATEGÓRIA

Vörös József

az MTA levelező tagja, egyetemi tanár,
Pécsi Tudományegyetem
voros@ktk.pte.hu

Bevezetés

Azon generációk, amelyek számára a bezártság miatt hosszú időn keresztül Magyarország jelentette a világot, könnyen hihették, a világon minden úgy van rendjén, miként itthon. A nyitottabbá válás, a világ jobb megismerésének lehetősége pedig hozta a meglepetéseket. A közgazdaság-tudományi karok vezetőinek számára talán az egyik legnagyobb érdekességnek számító felfedezés, hogy – különösen az Amerikai Egyesült Államokban – a közgazdászképzést vagy a vállalat-gazdaságtan, vagy a közgazdaságtan tárgyai dominálják. A vállalati vezetőknek szánt szakemberek képzési tematikája ugyan tárgyalja a mikro- és makroökonómiát, de nehezen lehetne találni olyan közgazdászképzési struktúrát, amely foglalkozna az értékteremtés műhelyének jellegzetességeivel, fogásaival. Érték alatt azt a legmagasabb árat értjük, amit a fogyasztó hajlandó a szolgáltatásért fizetni. A termék és szolgáltatás létrehozása rövidebb vagy hosszabb folyamat eredménye, és e folyamatba, annak végén, csak a végső fogyasztó tesz be pénzt, a folyamat összes más szereplője pedig csak ezen a pénzen osztozik. Ha nem termelődik érték, nincs miből elvonni, és nincs mit szétosztani. A közgazdaságtan

inkább fókuszál az utóbbira, a vállalat-gazdaságtan inkább fókuszál az értékteremtésre, ugyanakkor egyik sem létezhet a másik nélkül.

A vállalat-gazdaságtan oktatására szakosodott intézmények sem mellőzhetik a közgazdaságtan alapvető összefüggéseit tárgyaló tudományterületeket. A társadalomra nagy hatással bíró folyamatok érintik a vállalkozásokat is; e folyamatok megértése, hatásainak figyelembe vétele alapvetően kihathat a sikerességükre. A közgazdasági összefüggések ismertetének szükségességét tükrözik vissza a legszorosabb üzleti iskolák képzési tematikái is, ahol szinte mindenhol szerepel olyan tárgy, mely az üzleti vállalkozások és a kormányzás kapcsolatát tárgyalja. Ugyanakkor ez rendkívül pragmatikus, mellőz minden elméletieskedést, valószínűleg e miatt űzték ki az üzleti iskolák berkeikből a közgazdaságtan tanszékeket. Közgazdaságtan tanszékek elvétele található üzlettudományi karokon.

Pedig a gyökér közös. Amennyiben a közgazdaságtan az *economics* megfelelője, talán az egység még jobban látható. Az *economics* nyilvánvalóan az *economy* szóból ered, ami gazdaságot jelent, és valószínűleg helyesebb lenne, ha a magyarban nem a *közgazdaságtan* szót használnánk az *economics* megfelelőjének, hiszen e fogalom nem csak a köz gazdaságtan

nát tárgyalja, inkább takarja az erőforrások hatékony felhasználása módozatainak tárgyalását. Nemzetgazdasági és vállalati szinten is egyről van szó: miként kell a rendelkezésre álló erőforrásokkal hatékonyan gazdálkodni, hogy tartós növekedés és jólét jöjjön létre.

A közgazdaságtan és vállalat-gazdaságtan legnagyobb közös kategóriája az output

David A. Moss (2007) *macroeconomics*, tehát nem *public economics*, vagyis makrogazdaságtan és nem közgazdaságtan témájú nagysikerű könyvében azt fejtegeti, hogy a makroökonomiának három alapvető területe van, melyek megértése nagyon fontos. Ezek: az *output*, a pénz, és a várakozások. A makroökonomia megértése tehát nem lehetséges az output szerepének megértése nélkül. Az output viszont tipikusan vállalati, intézményi szintű kategória, melyről a vállalat-gazdaságtannal foglalkozó irodalom egész kincseshányával rendelkezik. Egy nemzet outputja az ország területén működő vállalkozások outputjainak összessége, az ország által megtermelt termékek és szolgáltatások teljes tömege alkotja a nemzet végső költségvetési korlátját. Az országban megtermelt termékek és szolgáltatások piaci értéke adja ki a *GDP*-t. Egy nemzet tartósan nem fogyaszthat többet, mint a megtermelt *GDP*, mert ha ekként adódik, azt más nemzetnek kell finanszíroznia. A *GDP* szinte a leggyakrabban használt makroökonomiai fogalom, de ennek csírái a vállalkozásoknál vannak. A vállalkozások versenyképességének alakulása alapvetően befolyásolja a *GDP* és a nemzet versenyképességének alakulását.

A versenyképesség fogalmát igen gyakran használjuk a közéletben, sokszor anélkül, hogy értennék a fogalmat. Mind vállalati, mind makroszinten hasznos fogalom, és mikroszinten akkor tekintünk versenyképesnek egy

vállalkozást, ha tartósan olyan termékeket és szolgáltatásokat tud kínálni a fogyasztóknak, amelyeket azok a versenytársak termékeinél inkább hajlandóak a vállalat számára nyereséget biztosító feltételek mellett megfizetni (Czakó – Chikán, 2007). Más szavakkal, egy vállalkozás akkor versenyképes, ha profittermelése mellett erőforrásait hatékonyabban használja fel azon versenytársainál, amelyek azonos vagy hasonló szolgáltatást kínálnak (Vörös, 2010).

Amikor egy vállalkozás versenyképes, azaz erőforrásait hatékonyabban használja fel, az abban nyilvánul meg, hogy szolgáltatásainak/termékeinek néhány teljesítménydimenzióját a fogyasztók jobban méltányolják, azaz a versenyképesebb vállalat termékéért hajlandóak fizetni. A versenyképesség versenyprioritások formájában fejeződik ki, mely a termelési folyamat azon jellemzőinek összessége, melyek a versenytársakét felülmúlják. Ezek közül a legfontosabbak: annak képessége, hogy a terméket mindenkinél olcsóbban termeljük, és az ár, ha kell, fontos versenytényezővé válhat. Továbbá a minőség, amikor a termék és szolgáltatás teljesítménye felülmúlja a versenytársakét, valamint az idővel történő versenyzés képessége, hogy hamarabb és pontosabban szállítsuk le a terméket, és a flexibilitás. Azon képesség, hogy szélesebb termék-választékot képes a vállalkozás felkínálni, vagy rugalmasabban képes reagálni a megrendelés volumenében beállt változásokra.

Mindezek a képességek nem sokat érnek, ha ezekért a fogyasztó nem hajlandó fizetni. Olyat kell termelni, amiért a fogyasztó fizet, vagyis igényének megismerése fontos, továbbá a fogyasztót meg kell szerezni. Ezért fontos a marketingfunkció, nélküle nem lehetséges értékképzés. A forgalomból származó bevételekkel, továbbá a befektetők pénzével vi-

szont hatékonyan kell bánni, ezért fontos a vállalatfinanszírozási funkció. Ha e funkció nem képes a működéshez szükséges pénzeszközöket hatékonyan előállítani, a termelési folyamat drágábban üzemel, és nem lesz versenyképes. E három funkció harmonikus együttműködése szükséges ahhoz, hogy a vállalat versenyképes legyen. Az 1. ábra foglalja össze az iménti gondolatsort.

Talán érdemes megjegyezni, hogy a vállalatgazdaságtan egyik legrangosabbnak tekintett szakmai folyóirata, a *Management Science* szekciói is e gondolatsor szerint alakultak ki. Ha betekintünk a lapba, akkor látható a tudományterületi tagozódása. A *Management Science* rovatai az alábbiak: *Accounting, Business strategy, Finance, Information systems, Operations management, Marketing, Organizational performance, R&D and entrepreneurship*. Meg kell nevezni a módszertani szekciókat is: *Decision analysis, Mathematical programming, Stochastic models and simulation*. A vállalati gazdaságtan olyan matematikai módszerek kifejlesztését implikálta, amelyek a teljes tudományos élet meghatározó eszközeivé váltak, mint pl. a matematikai programozás. Az első

(és későbbi) átütő erejű tanulmányokat a *Management Science* hozta le.

A vállalati versenyképesség egyik leghasználatosabb aggregát mutatószáma a termelékenység. A termelékenységet vállalati szinten úgy definiálhatjuk, mint

$$\text{termelékenység} = \text{bevételek} / \text{kiadások},$$

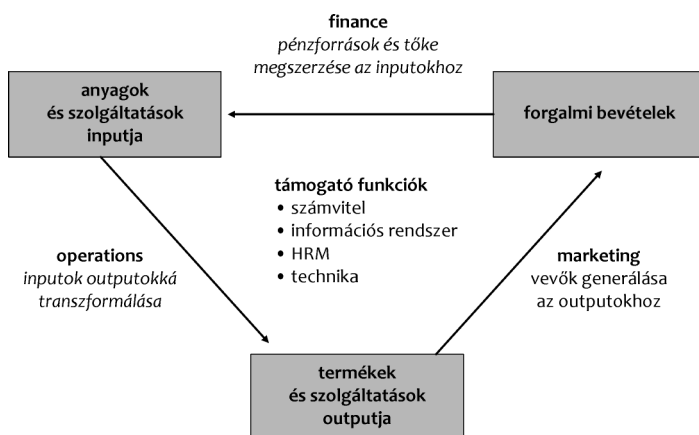
és a termelékenység fogalma igen fontos szerepet játszik a makroökonómiában is. A vállalati gazdaságtanban is gyakran használatos, mégis, makroszinten az élőmunka termelékenységének van érdekes szerepe. A munka termelékenységének mérésére makroszinten az alábbi mutató használata népszerű:

$$\text{termelékenység} = \text{GDP(output)} / (\text{a nemzet által ledolgozott órák száma}).$$

Mind vállalat-, mind nemzetgazdasági szinten ez azért fontos mutatószám, mert ha a bérek magasabb mértékben növekednek nemzeti szinten, mint a nemzeti szintű termelékenységi mutató, akkor az ország versenyképessége csökkenő tendenciát mutat.

Az ország versenyképessége

Az ország versenyképességi fogalmának meghatározása sem nélkülözi a mikroszféra telje-



1. ábra • A vállalat-gazdaságtan elsődleges funkcionális területei, illetve a támogató funkciók

sítményét. Michael E. Porter és Jan W. Rivkin (2012) szerint egy ország akkor versenyképes, ha vállalkozásai képesek a világpiacon sikeresen versenyezni oly módon, hogy közben az ország magas és növekvő életszínvonalat biztosít polgárainak. Porter és Rivkin tehát egy ország versenyképességét vállalatgazdaságtani szálakra vezetik vissza, miszerint az a döntő, hogy az ország vállalkozásai rendelkeznek olyan képességekkel, amelyekkel felülmúlják nemzetközi szinten versenytársaikat, és a fogyasztók inkább az ő termékeiket, szolgáltatásaikat veszik, mint más nemzetekét. A definíciónak van azonban egy figyelemre méltó, második fele is. Mindennek úgy kell történnie, hogy közben a nemzet jóléte nem csökken, hanem emelkedik. Melyek a versenyképes országok a mai világban? E tanulmányunk nyilvánvalóan nem lehet célja e kérdés megválaszolása, Porter és Rivkin (2012) tanulmánya alapján azonban szinte bizonyossággal állítható, hogy az USA csúszik lefelé a versenyképességi listán. Az USA részesedése a világ exportjából 1999 és 2009 között 36%-kal csökkent például olyan domináns iparágban, mint a légit közlekedési járművek (ideértve a hadiipart), 9%-kal az információs technológiában, ahol korábban meghatározó szerepe volt, és 8%-kal a kommunikációs technológiai piacon.

Ha a másik meghatározó tényezőhöz fordulunk, ott sem egyszerű pozitív jeleket találni. Ma az Egyesült Államokban a családok medián jövedelme a 45–50 000 dolláros sávban mozog. Ha a statisztikákra nézünk, azt láthatjuk, hogy az e sávhoz tartozó családok jövedelme 1967 és 2010 között kevesebb, mint egy százalékkal lett magasabb (lásd Porter és Rivkin, 2012 kimutatásait).

Miből ered tehát egy nemzet versenyképességének csökkenése? Többek között abból,

hogy vállalatai nem versenyképesek. Gary P. Pisano és Willy C. Shih (2009) szerint az amerikai vállalatok versenyképességi csökkenésének egyik fontos oka a költségcsökkentésre irányuló rövidlátó vállalati politika. Az amerikai vállalatok a költségcsökkentés érdekében nyakló nélkül helyezték ki kapacitásukat a Távol-Keletre, egyúttal gyakran elveszítve az innováció, a fejlesztés lehetőségeit. Ezek ugyanis mindig a termelési folyamatok helyén adódnak, ráadásul a kapacitás kihelyezésének helyeként szolgáló országok rendkívül gyorsan tanulnak. Amit ma Kínában látunk, korábban lejátszódott Japánban, majd Dél-Koreában. Míg korábban a számítástechnika, komputerizáció hazájának az Egyesült Államok számított, ma már szinte számítógépet sem terveznek az USA-ban.

Következtetések

Miután a makrogazdaságtan egyik központi kérdése egy ország által megtermelt output értéke, a makro- és vállalati gazdaságtan több kategóriája is azonos tartalommal használható mindkét területen. Az outputok volume, értéke, a versenyképesség, a termelékenység egyformán hasznos kategóriák, attól függetlenül, hogy mikro- vagy makroszinten használjuk őket. A makrogazdaság irányítása sokat ronthat a vállalatok versenyképességén, ha az irányítás nincs tisztában az értékteremtés tényezőivel, továbbá ha olyan rendszert hoz létre, mely nem szolgálja rövid és hosszú távon a vállalkozások versenyképességét. Porter és Rivkin (2012) szerint a makrogazdaság irányítása akkor szolgálja leginkább a vállalatok versenyképességét, ha

- egészséges monetáris és fiskális politikát folytat,
- erős, hatékony oktatási rendszert üzemeltet,
- hatásos politikai intézményrendszert épít.

Kulcsszavak: *vállalatgazdaságtan, értékteremtés, versenyképesség*

IRODALOM

Czakó Erzsébet – Chikán Attila (2007): Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból 2004–2006. *Vezetéstudomány*, 38, 5, 2–8.

Moss, David A. (2007): *A Concise Guide to Macroeconomics*. HBR Press, Boston, MA

Pisano, Gary P. – Shih, Willy C. (2009): Restoring

American Competitiveness. *Harvard Business Review*. Jul–Aug, 114–125.

Porter, Michael E. – Rivkin, Jan W. (2012): The Looming Challenge to U.S. Competitiveness. *Harvard Business Review*, March. 55–62

Vörös József (2010): *Termelés- és szolgáltatásmenedzsment*. Akadémiai, Budapest

