

A köz- és vállalatgazdaságtan alapját alkotó néhány kategória

Vörös József

A prezentáció a marketing-termelés-pénzügy interfészre fókuszál, és összefoglalja azokat a fő döntési területeket, melyekben a három funkcionális terület érdeke gyakran eltér egymástól. A versenyképesség egyik forrása is három funkcionális terület harmonikus együttműködése, ezért néhány gondolat hangzik el a modern versenyképesség felfogásról is. Az elmondottak illusztrálása egy rövid esettanulmány felhasználásával is történik.

Kulcsszavak: vállalatgazdaságtan, értékteremtés, versenyképesség

1. Bevezetés

Azon generációk, amelyek számára a bezártság miatt hosszú időn keresztül Magyarország jelentette a világot, könnyen hihették, a világon minden úgy van rendjén, minként 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 közgazdászok képzését 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 közgazdász-képzési struktúrát, mely 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 e pénzen osztozik. Ha nem termelődik érték, nincs miből elvonni, és nincs mit szétosztani. A közgazdaságtan inkább fókuszál az utóbbira, a vállalatgazdaságtan inkább fókuszál az értékteremtésre, ugyanakkor egyik sem létezhet a másik nélkül.

A vállalatgazdaságtan oktatására szakosodott intézmények sem mellőzhetik a közgazdaságtan alapvető összefüggéseit tárgyaló tudományterületeket. A társadalomra nagy hatással bíró folyamatok ugyanúgy érintik a vállalkozásokat is, e folyamatok megértése, hatásainak figyelembe vétele alapvetően kihat a vállalkozás sikerességére. A közgazdasági összefüggések ismeretének szükségességét tükrözik vissza a legsikeresebb 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 üzték ki az üzleti iskolák berkeikből a közgazdaságtan tanszékeket. Közgazdaságtan tanszékek elvéve 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 lett volna, ha a magyar nyelvben nem a közgazdaságtan szót használnánk az 'economics' megfelelőjének, hiszen e fogalom nem csak a köz gazdaságtanát tárgyalja, inkább takarja az erőforrások hatékony felhasználása módozatainak tárgyalását. Mind nemzetgazdasági, mind vállalati szinten egyről van szó: miként kell a rendelkezésre álló erőforrásokkal hatékonyan gazdálkodni, hogy tartós növekedés és jólét jöjjön létre.

2. A közgazdaságtan és vállalatgazdaságtan legnagyobb közös kategóriája az output

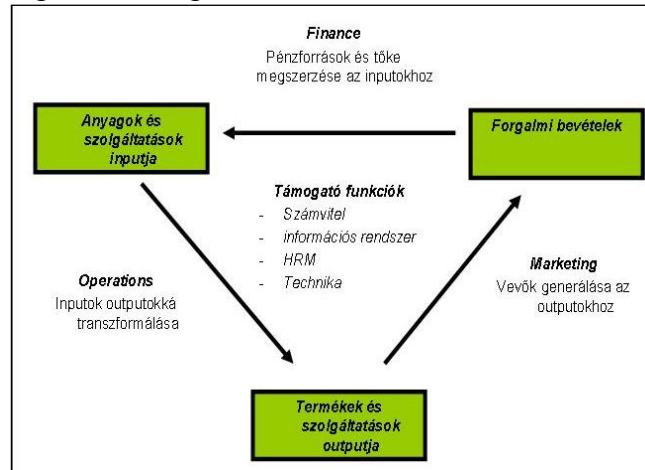
David A. Moss (2007) *macroeconomics*, tehát nem public economics, vagyis makrogazdaságtan és nem közgazdaságtan témájú nagysikerű könyvében azt fejtegeti, hogy a makroökonómiának három alapvető területe van, melynek megértése nagyon fontos. Ezek: az *output*, a pénz, és a várákozások. A makroökonómia megértése tehát nem lehetséges az output szerepének megértése nélkül. Az output viszont tipikusan vállalati, intézményi szintű kategória, melyről a vállalatgazdaságtannal foglalkozó irodalom kincsesbányával 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 az ekként adódik, más nemzetnek kell azt finanszírozni. A GDP szinte a leggyakrabban használt makroökonómiai 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 értenék 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 válhasson. 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 termékválasztékot 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 viszont 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.

1. ábra: A vállalatgazdaságtan elsődleges funkcionális területei, illetve a támogató funkciók



Forrás: Krajewski et al. (2013)

Talán érdemes megjegyezni, hogy 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, melyek a teljes tudományos élet meghatározó eszközeivé váltak, mint például a matematikai programozás. Az első (és későbbieket is) átütő erejű tanulmányokat a *Management Science* hozta le.

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

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

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

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

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.

3. Az ország versenyképessége

Az ország versenyképességi fogalmának meghatározása sem nélkülözi a mikroszféra teljesítményét. 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 azon képességekkel, mellyel felülmúlják nemzetközi szintéren 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 tanulmánynak nyilvánvalóan nem lehet célja e kérdés megválaszolása, azonban Porter és

Rivkin (2012) tanulmánya alapján szinte bizonyossággal állítható, hogy USA csúszik lefelé a versenyképességi listán. USA részesedése a világ exportjából 1999 és 2009 között 36%-kal csökkent például olyan domináns iparágban, mint a légitölekedési járművek (ideértve a hadiipart), 9%-kal az információs technológiában, ahol korábban teljesen meghatározó szerepe volt, és 8%-kal a kommunikációs technológiai piacon.

Ha most a másik meghatározó tényezőhöz fordulunk, akkor 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, akkor azt láthatjuk, hogy 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 kapacitásaikat a Távol-Keletre, és 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, komputerezáció hazájának az Egyesült Államok számított, ma már szinte számítógépet sem terveznek az USA-ban.

4. 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 volumene, 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.

Irodalomjegyzék

- Czakó E. – Chikán A. (2007): Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból 2004–2006. *Vezetéstudomány*, 38, 5, 2–8.
- Moss, D. A. (2007): *A Concise Guide to Macroeconomics*. HBR Press, Boston, MA.
- Pisano, G. P. – Shih, W. C. (2009): Restoring American Competitiveness. *Harvard Business Review*, Jul–Aug, pp. 114–125.
- Porter, M. E. – Rivkin, J. W. (2012): The Looming Challenge to U.S. Competitiveness. *Harvard Business Review*, March. pp. 55–62
- Vörös J. (2010): *Termelés- és szolgáltatásmenedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest.