

Előszó

Éppen húsz évvel ezelőtt, 1989 októberében vehették kézbe a vállalatgazdaságtan (business economics) iránt érdeklődő, jövőjüket a vállalatvezetésben elképzelő közgazdászhallgatók a Chikán Attila által szerkesztett Vállalatgazdaságtan című jegyzetet. Az immár húszéves jegyzet akkor, messze megelőzve Kelet-Európa valamennyi egyetemét, éppen időben adta át a magyar közgazdászhallgatóknak a fejlett nyugat-európai országok és elsősorban az Egyesült Államok vállalatirányítási, vállalat-gazdaságtani tudásanyagát, megfejelve azokat a magyar közgazdasági kutatások és a magyar reformirodalom hasznosítható ismereteivel. Az éppen a gazdasági és a társadalmi rendszerét váltó Magyarországon soha jobbkor nem született meg tankönyv. Már akkor is szükség lett volna azokra az ismeretekre is, amelyekkel rendelkezve a magyar vállalatok az országhatárt átlépve a nemzetközi versenyben könnyebben állhatnak helyt. Húsz éve még nem vettük észre, hogy a politikai falak leomlásával összekapcsolódott a világ piaca.

Újabb húsz évnek kellett eltelnie ahhoz, hogy az érdeklődő, tanulni, magukat képezni vágyó közgazdák az országhatárokon túlnyúló (nemzetközi) versenyben való szereplést elősegítő tudáshoz, információkhoz jussanak a vállalatok országhatáron belüli piacon történő helyállását megalapozó tankönyvi ismeretek mellett. A Nemzetközi vállalatgazdaságtan című, Czakó Erzsébet és Reszegi László által szerkesztett tankönyv, amit az olvasó a kezében tart, az első magyar nyelvű, a legjobb nemzetközi tankönyvekkel vetélkedő, de a magyar kulturális hagyományokat követő anyag, amelyből felkészülhet a versenyvilágra.

Hozzám hasonló korosabb érdeklődőknek ugyan inkább a világverseny cseng ismerősen, mintha lett volna valaha is – nyerési esélyekkel, szabályozott és nyílt versenyben győzni képes – kétféle világ, amely versenyzett egymással. A versenyvilág mindig is egységes volt, legfeljebb (puhább és keményebb) diktatúrák államai igyekeztek államhatáraiknál feltartóztatni a feltartóztathatatlant: a versenyt magát. A piacnak és a versenynek valójában nincs határa, határai kizárólag a politikai, igazgatási hatalomgyakorlásnak vannak. Innét adódott sokáig a szocializmusban az a látszat, hogy létezik külön bel- és külkereskedelem, létezik külön hazai követelményekhez alkalmazkodó és a külgazdasági követelményekhez alkalmazkodó vállalatvezetés.

A vállalatok vezetőinek a rendszerváltás után viszonylag hamar tudomásul kellett venniük, hogy a nem magyarul beszélő vevők vagy az alkatrészeket, ismereteket, eljárásokat és szolgáltatásokat kínáló eladók nem várnak a hatóságok „vízumpecsételésére”, hanem itt vannak a szomszéd házban, a szomszéd utcában, a szomszéd városban, velünk azonos időben (real time). Hasonlóképpen még a közvetlen lakókörnyezetének fizetőképes keresletére figyelő vállalatvezető számára is folyamatos kihívást jelent, hogy a szomszéd milyen vezetési modellt, befektetési elképzelést, szervezeti konfigurációt alkalmaz, hiszen a vevő a „lábával szavaz”, azonnal otthagyja azt, aki nem nyit a világra, nem tart lépést a versenytársaival. A vállalatok vezetői számára a sikerhez, a talpon maradáshoz nem elég a követő alkalmazkodás. Aki nem megy át az ellenfél térfelére, az kénytelen védekezni, az előbb-utóbb gölt kap.

A versenyvilágban az a vállalat kerülhet a győztesek közé, amelyik bátran – de felkészülten – átlép ellenfele(i) térfelére, amelyik képes a versenypálya minden szögletében gondolkodni, tervezni. A Nemzetközi vállalatgazdaságtan ehhez a lendületes, dinamikus versenyfelfogáshoz adja át szinte minden fontos kérdés tekintetében a nélkülözhetetlen ismereteket. Világossá teszi, hogy a vállalati vezetők számára a döntések legapróbb mozzanata is nemzetközi szinten értelmeződik, akár tudomásul vesszük ezt a tényt, akár nem. Éppen ezért a nemzetközivé válás jelenségével, az ezzel az új dimenzióval való együttélés követelményeivel és következményeivel mint nem választható, hanem kötelező gyakorlat indítja útjára az olvasót. A vállalatok vezetőit a vállalat sikerességéért viselt felelősség arra kötelezi, hogy ne csetlő-botló módon legyenek részesei a nemzetközi versenynek, hanem a nemzetközi piacon történő helyállásra átgondolt stratégiával készüljenek és a stratégiai tervezés módszereit alkalmazva szervezetüket, a belső vezetés rendszereit és a tőkehasznosítás lehetséges formáit a „best practice” és a „benchmarking” jegyében változtassák. A versenyvilág nemzetközi piaca a marketing, az emberierőforrás-gazdálkodás, az innováció vagy a termelészervezés számára is új dimenziókat nyit, nemzetközi ellátási láncban, nemzetközi hálózatok részeként az „önreflexió” nemzetközi alkalmazkodás kívánatos. A nemzetközi alkalmazkodás legbonyolultabb, ugyanakkor a felemelkedés és a gyors összehozás eddig nem ismert útjait nyitja meg a nemzetközi pénzügyekben, a devizakockázat vagy a nem fizetés kockázatának kezelésében, az adóverseny lehetőségeinek feltárásában történő eligazodás. Szívem szerint ebben a részben szívesen látnék a nemzetközi kereskedelmi hitelezésről és finanszírozásról, valamint a nemzetközi magánjog, a vállalatok közötti kereskedelmi szerződések alapjairól és az ehhez illeszkedő fizetési módokról önálló fejezetet. Nyilván ez a magyar Eximbankból eredő foglalkozási ártalom. De egy tankönyvet úgysem lehet befejezni. Én annak örülök, hogy a rangos szerzői kollektíva hozzákezdett és magas színvonalon elkészítette azt.

A Versenyben a világgal kutatócsoport tagjai ennek az új tankönyvnek: a Nemzetközi vállalatgazdaságtannak az írói és szerkesztői a tankönyv közreadásával eleget tettek a legfontosabb feladatuknak és pedagógusi felelősségüknek. Mert csak a világra nyitott polgárnak lehet polgári világa...

Csillag István
elnök, Magyar Export-Import Bank Zrt. (Eximbank)
és Magyar Export hitel Biztosító (Mehib) Zrt.

Változás és változtatás – előszó a Nemzetközi vállalatgazdaságtanhoz

A hazai vállalatok, így a Mol is, a változás és változtatás jegyében működnek a rendszer-váltás óta – és ez határozza meg eredményességüket a jövőben is. Egy szóval fogalmazva: alkalmazkodnak. Másként fogalmazva folyamatosan figyeljük a környezetünket, annak módosulásait, valamint feldolgozzuk a minket ért hatásokat. Ennek a folyamatnak az eredményeképpen reagálunk és válaszolunk az aktuális kihívásokra, optimalizáljuk működésünket, és a változásokat beépítjük a mindennapi üzleti-szakmai tevékenységünkbe.

Ma már kevesen emlékeznek a Mol jogelődjére, az OKGT-re (Országos Kőolaj- és Gázipari Trösztre), és arra is, hogy szűk évtizede még hazai szakmai körökben is kétkedve fogadták a Molnak azt a stratégiai célkitűzését, hogy a cég regionális multinacionális vállalattá kíván válni. A Mol mára a kelet-közép-európai régió egyik meghatározó nemzetközi nagyvállalatává vált, hatékonysága pedig világszínvonalú. Az alkalmazkodás azonban nem ért véget. Változik iparágunk és változtatunk mi magunk is.

A XXI. század elején a vállalatok versenyképességének egyik meghatározó tényezője, hogy mit tudnak a vállalatok vezetői megtanulni és megvalósítani, hogyan tudják vállalataik alkalmazkodását elősegíteni. E téren talán nemzetközi összehasonlításban is figyelemre méltó eredményeket mutattunk fel az elmúlt évtizedben. A szűk értelemben vett piacgazdaság értelmezését a globalizáció, a nemzetközi kihívások kezelése váltotta fel. A tanulás, mint ahogyan a változás és változtatás is, soha véget nem érő folyamat. Ahogyan a Mol történetében, úgy számos hazai vállalat életében is új fejezetet nyit a nemzetközivé válás és a nemzetközi működés. A tanulásra kész és kihívásokat felvállaló menedzserek számára is feszültségekkel teli, de vállalható folyamat ez. A Nemzetközi vállalatgazdaságtan könyv számos fogódzót kínál ehhez.

Kívánom, hogy olvassák érdeklődéssel, fogadják kritikusan és alkalmazzák eredményesen a könyv kínálta gazdag ismeretanyagot!

*Hernádi Zsolt
elnök-vezérigazgató, Mol-csoport
a Budapesti Corvinus Egyetem díszpolgára*