

való megtörésében rejlik”, Clausewitz szerint viszont – amint itt olvasható – a csatának „mindig is vér az ára és mérsárlás a jellege és neve”. Niccolò Machiavelli, a hatalomgyakorlás valaha is élt technikusaiknak egyik legnagyobbika pedig még azt tanította, hogy a legyőzött ellenséget olyannyira le kell sújtani, össze kell zúzni, hogy soha többé eszébe se juthasson ismét támadni. Ez lebeghetett az első világháború győzteseinek szeme előtt is, midőn diktátumaikkal elrendezni igyekeztek a legyőzöttek sorsát – ebbéli kudarcukat pedig az egész emberiség drágán fizette meg a hitleri korszak és a második világháború pusztításában. S talán az emberiség néha tanul is a hibáiból – erre enged következtetni az ismét legyőzött Németország második világháború utáni sorsa, vagy éppen a szintén háborút veszített Japáné.

A csatákkal az a baj, hogy bárkik, bárhol, bárhogyan vívják is azokat, bennük emberek pusztulnak, roncsolódnak, és minden mást elfed, elsötétít, hogy ott a vértől lucskos borzalom ül tort. Középről nézve minden csata primitív, elborzasztó mérsárlás, amelyben legfeljebb csak a szadisták és az adrenalin-függők lelhetik örömeiket. Távolabbról viszont, ahová már nem fröccsen a vér, nem hallatszik a hörgés, és nem jut el a hullaszag, a csata az egyik legmagasabb szintű intellektuális erőgyakorlatként mutatkozhat meg. Természetesen nem mindegyik, hiszen a csaták jelentős hányada részben-egészben nem több mint ostoba csapkodás. A csaták különleges sajátossága, hogy ez soha nem demokratikus csapatjáték, hanem kemény, egyértelmű parancsuralmi rendszerben mennek végbe, ahol a kapott parancs meg-

szegését a rendszeren belül igazán semmi nem igazolhatja, és legfeljebb az mentheti, ha extrém helyzetben történik és, ami a fő, olyan sikerre vezet, amelyet a parancs követésével biztosan nem lehetett volna elérni. Ebből következően a csaták minőségét, a bennük megjelenő intellektuális teljesítmény nagyságát egyértelműen a vezetés minősége, teljesítménye határozza meg. Kiemelkedő szerepe van ebben a tervezésnek. Nagyon is jellemző ez utóbbi meghatározó jelentőségére az a – frappánsnak ható, ám nagyon is valóságghű – tétel, hogy amióta az eszközök és technikák fejlődésével a csaták anyagszatokká váltak, azokat első helyen már nem a vezénylő tábornokok, hanem a logisztikai tervezők nyerik meg. A csaták tehát akkor és azzal válnak érdemessé a figyelemre, ha bennük a jól kimunkált stratégiák és taktikák harca mutatkozik meg. Ekkor viszont az elemzésük valóban értékes tanulságokkal szolgálhat, amelyek a szó közvetlen értelme szerinti hadművészet körén messze túl is felhasználhatóak. Bizonyosság erre a gazdaságtudományoknak az előzőekben vázolt érdeklődése mindezek iránt.

A könyv huszonnégy fejezetében a szakértők Kr. e 480-tól 1973-ig a világtörténelem ugyanennyi csatájának higgadt, hűvös és – ami a fontos – szakszerű elemzését adják. Elemzéseik két alapkérdése, hogy történelmi perspektívából nézve valójában mit döntenek el a csaták, és mi dönti el a csatákat. Kiemelést érdemel a mindvégig kitűnő, jól érthető, gördülékeny előadásmód, amelynek nagy szerepe van abban, hogy a súlyos téma soha nem válik fárasztóvá.

Egyes csaták, amint e könyv is kiemeli, egész háborúk, sőt korszak-

ok szimbólumaivá váltak. Az itt szereplőknek szinte valamennyie voltaképpen ilyen, s amelyikről kevesebbet tudunk, az sem az ütközet jelentéktelenségét, hanem sokkal inkább az ismereteink hiányosságait jelzi. A Szalamisz, Cannae, Hastings, Waterloo, Cold Harbor, Königgrätz, Sedan, Csuzima, Verdun, az angliai légi csata, Sztálingrád – mindegyikük sokatmondó név. Arra pedig, hogy a csaták jelentőségét nem feltétlenül a tömegmérsárlás nagysága adja, kiváló példa a korszakot lezáró, korszakot nyitó, a geopolitikában is kiemelkedő jelentőségű Dien Bien Phu, amely amúgy a kitűnő stratégiai tervezésnek is kimagasló példája. Amint itt olvashatjuk, a harcok csúcspontján itt mindössze 13 000 francia elitkatonára állt szemben a Viet Minh erejével.

O. P.

*Chikán Attila – Wimmer Ágnes*  
(szerk.)

## ÜZLETI FOGALOMTÁR

*Budapest, Alinea Kiadó,*  
2003

A könyv az Alinea Üzleti Szak-könyvtár sorozatában jelent meg. Ugyanitt olvashatjuk Zoltayné Paprika Zita: Döntésmélet című munkáját, Alfred Rappaport: A tulajdonosi érték című könyvét a vállalatvezetés mai tudományának egyik kulcskérdéséről, valamint Robert J. Shiller. Tőzsdemámor című elemzését a tőzsdei hisztériák mozgatórugóiról. Rút igazságtalanság lenne említetlenül hagyni az Alinea egy másik kiváló könyvét, a



kitűnő pénzember, Jaksity György: A pénz természete című, a témához méltóan nagy tudás- és gondolatgazdagságot felsorakoztató művét.

Üzleti fogalomtár. Aki valaha is megpróbálkozott fogalmak pontos meghatározásával, az tudja, mennyire nehéz, kockázatos és hálátlan feladat definíció értékű szócikkek készítése. Nehéz: ha egy témát eléggé jól ismerünk, és bánni is tudunk a szavakkal, akkor nem jelent leküzdhetetlen nehézséget egy könyvben elmagyarázni annak lényegét. Így kényelmes terünk van arra, hogy felvonultassunk és kifejtsünk mindent, amiről úgy gondoljuk, hogy szükséges a téma lényegének megértéséhez. Ugyanezt megtenni szűk két oldalon – ez már olyan, mint kifogni egy barokk kastély látképét egy barackmag belsejében. Szakembert próbáló feladat, mestert dicséző eredmény, ha jól sikerül. A valóban jó definíció miniatűr műremek, akár csak egy szép japán netsuke (apró, többnyire elefántcsontból faragott műtárgy, a XVII–XIX. században a hagyományos öltözet egyik dísz). Kitűnő párhuzam ehhez felemlítenünk Churchill híres mondását a szónoki beszédre való felkészülésről: többórás beszédbe akár azonnal bele tud kezdeni, félórásra két nap felkészülés kell, ötpercesre viszont egy hét. Itt pedig ötperces beszédek sorakoznak, amelyeknek azonban így is világosan, jól érthetően, a félreértés veszélyét kizárva összegezniük kell a leglényegesebb tudnivalókat az adott tárgyról.

Kockázatos feladat. Igazán pontosan és főként egyértelműen csak azt tudjuk meghatározni, ami számokkal leírható. Már a képletek is ingatagabbak, a szavak pedig még inkább azok. Ha gazdasági, üzleti fogalmak jelentését szavakba akar-

juk önteni, mindig fennáll annak a kockázata, hogy a meghatározásnak többféle olvasata is lesz, azt egymástól többé-kevésbé eltérő tartalmakkal is lehet értelmezni. Ez annál is inkább így van, hiszen maguk az üzleti életnek azok a jelenségei, összefüggései, szabályszerűségei, amelyeket e fogalmak leírnak, illetve amelyekhez kapcsolódnak szintén nem egzakta – a gyakorlatban nem mindig pontosan ugyanúgy, ugyanolyan módon, ugyanolyan tartalommal jelennek meg. Meghatározásaiknak így már eleve egy viszonylag széles értelmezési tartományban kell/ene/helytállónak lenniük. Ráadásul ezen a területen abszolút igazságok nincsenek, és mindig lehetnek olyanok, akik a saját tapasztalataik, vagy más forrásokból gyűjtött tudásuk alapján bizonyos részeiben másként látják a dolgot, ami számukra megkérdőjelezheti a közölt meghatározás helytállóságát.

Hálátlan feladat. Ha jónak találjuk a meghatározást, ez magától értetődőnek tűnik, mivel pusztán csak megjeleníti a nyilvánvaló igazságot. Ha tévesnek vagy hiányosnak véljük, ez viszont felháborító, hiszen ne fogjon senki könnyelműen a húrok pengetéséhez. Hálátlan feladat azért is, mert a leírt betűk mindörökre rögzítik, mit mondtunk a szóban forgó dologról, az ismereteink fejlődése azonban előbb-utóbb túllép ezen, s a meghatározás hibásnak, jó esetben csupán elavultnak mutatkozik.

Most pedig, hogy körvonalaztuk, miért kell nagyfokú mazochizmus vagy még nagyobb szakmai elhivatottság ahhoz, hogy valaki ilyen meghatározásokat készítsen, mondjuk el azt is, hogy nagyon kellenek és nagyon hasznosak az olyan fogalomtárak, mint ez is, na-

gyon jó, hogy ezt elkészítették és közreadták. Kellenek és hasznosak, mert egyikünknek sincsenek teljes körű és főként alapos ismeretei az üzleti élet minden fogalmáról. Ez ugyan természetes, de csak akkor nem nagy baj, ha módunk van szükség esetén könnyen, gyorsan utánanézni annak, amit nem tudunk. Innen véve példákat, ha nem tartozik a szakterületünkhöz, úgy nem feltétlenül kell eleve tudnunk, mi is az X- és Y-elmélet, az empowerment, a gyakorta emlegetett SWOT-elemzés vagy éppen a hat szigma program, mi rejtezik a nettó jelenérték vagy a hatékony vevőkiszolgálás fogalma mögött, és mitől közvetlen a közvetlen marketing, valamint hogy az MRP nem csak munkavállalói rész tulajdonosi programot jelenthet, nagyon is kell viszont a biztonság, hogy megtaláljuk a megbízható magyarázatot.

Száznál több szócikk sorakozik a könyvben, a mai üzleti életben és a menedzsmenttudományokban használatos fogalmak, elvek, módszerek magyarázataival. Alkotóik itt található felsorolása garanciával szolgál arra is, hogy szakmailag korrekt, megbízható összegezéseket kapunk – ez pedig kritikus fontosságú az ilyen művek esetében. Szintúgy fontos az is, hogy a leírások világosak, jól érthetőek. Vitatkozni persze lehet a leírtakkal, helyenként magam is megtenném, de ez is hasznos: segít jobban végig- és továbbgondolni a témát. Annak pedig, aki a két-két oldalnyi meghatározásoknál többet is meg akar tudni az egyes témákról, azokra vonatkozó irodalomjegyzék, valamint „Hasznos könyvek, folyóiratok, honlapok” bőséges felsorolása ad útmutatást a továbblépéshez.

Osman Péter