

# KÖNYVISMERTETŐ

*Robert D. Hisrich:*

## NEMZETKÖZI VÁLLALKOZÁSTAN – EGY GLOBÁLIS VÁLLALKOZÁS ALAPÍTÁSA, FEJLESZTÉSE ÉS IRÁNYÍTÁSA

(International Entrepreneurship – Starting, Developing,  
and Managing a Global Venture)

SAGE Publications,  
Thousand Oaks, CA, 2009, 623 o.

Vegyes érzelmekkel veszi kézbe a magyar olvasó Robert D. Hisrich<sup>1</sup> International Entrepreneurship („Nemzetközi Vállalkozástan”) című könyvét. A hullámzó érzelmek oka, hogy egyrészt egy olyan ország polgáraként lapozhatjuk e kötetet, melynek tízmilliós nemzeti piaca mellett bő 300 milliós európai piaca lehetne, de nagyon kevésbé él ezzel a lehetőséggel. Kevésbé él még akkor is, ha ma már a magyar GDP több mint 60%-a a külkereskedelemben realizálódik. E látványos külkereskedelmi forgalom nagyon jelentős hányada – közel kétharmada – azonban a nemzetközi nagyvállalatok külforgalmában valósul meg, és a vállalkozások 99%-át kitevő magyar tulajdonú kis- és mikro-vállalkozások részaránya a külkereskedelemben nem éri el a 10%-ot. Kritikai mivoltában is eufemizmusnak tekinthető a kijelentés: a magyar vállalkozások nemzetköziesedésében még hatalmas tartalékok vannak. Olyan kihívás ez számunkra, mellyel halaszt-hatatlanul és kötelezően élnünk kell, ellenkező esetben megteszik helyettünk, rovásunkra versenytársaink.

Erről a nemzetköziesedés kihívásáról szól új könyvének bevezetőjében Hisrich professzor is,

kiemelve, hogy a globálissá vált világpiacra a direkt tervutasításos rendszerek piacgazdasággá fejlődésével, Kelet-Európa volt szocialista országai, a korábbi Szovjetunió, de ma már a Kínai Népköztársaság piacgazdasággá válásával hihetetlen lehetőségek nyíltak meg az új piacokat kereső vállalkozók előtt. Érthető persze, hogy a felsorolásban Hisrich professzor nem említi meg külön Magyarországot, vigasztalhatjuk magunkat azzal, hogy a piac alapvetően az adott nemzet (vagy térség) lélekszámával arányos, s itt a tízmilliós Magyarország még nem tényező.

Robert D. Hisrich neve sok magyar olvasónak és sok magyar menedzsernek csengethet ismerősen, hisz a 80-as évek végén, a 90-es évek elején több mint egy évet Magyarországon töltött, és később is sok-sok alkalommal fordult meg nálunk, vezetett kurzusokat, segített kutatásokat. Ismeri tehát a magyar gazdaság gyakorlatát, lehetőségeit, és talán ez is az oka annak, hogy Kelet-Európa feltörekvő piacgazdaságai között nem emeli ki hazánkat. Pedig nem kellene és nem szabadna ennek így lennie. Ahhoz, hogy néhány év után elmondhassuk, kívánságunk valóra

vált, segíthet ez a tankönyv is, ha a magyar oktatási rendszerben is elfoglalja méltó helyét a vállalkozásoktatás, az általános iskolától a felsőoktatásig.

A vállalkozói képzés ugyanis a múlt század második felében folyamatosan felértékelődött a világ fejlett országainak egyetemén. Azóta, hogy 1947-ben úttörőként a Harvard Business School meghirdette az első, nevében is vállalkozási tárgyat<sup>2</sup>, burjánzásnak indultak az ilyen kurzusok. Jól szemlélteti ezt a folyamatot az az adat is, hogy míg 1970-ben csupán 16 amerikai felsőoktatási intézmény kínálatában szerepeltek vállalkozási kurzusok, 1995-re ez a szám meghaladta a 400-at. 2000-ben pedig a felsőfokú képzéssel foglalkozó intézmények közül 1400 hirdetett ilyen tárgyat<sup>3</sup>. Ma már elképzelhetetlen az, hogy egy jó nevű egyetem kínálatában – akár Amerikában, akár Európában – ne szerepeljenek vállalkozási kurzusok. Ezek oktatásához számos megfelelő szakmai tartalmú könyv közül választhatnak az oktatók. Az egyik legnépszerűbb, a megjelenése óta több kiadást is megélt és 1992-ben magyarra is lefordított Robert D. Hisrich által írt „Vállalkozástan”<sup>4</sup>.

Hisrich könyve globális irányultságával sok más vállalkozói szakirodalmon lépett túl, hiszen azon úttörő, elsősorban egyetemi oktatásban használt, de szakkönyvként is forgatható irodalmak közé tartozik, melyekben a nemzetközi fókusz ilyen hangsúlyos szerepet kap. Teljesen jogosan, hiszen ha valaki saját hazájában, az általa ismert kultúrában vállalkozik, ezzel is vállal nem kis kockázatot, azonban ha mindezt

nemzetközi keretek között teszi, akkor nagyobb kihívásokkal, bonyolultabb megoldandó feladatokkal kerülhet szembe.

Hisrich könyve követi a hagyományos vállalkozástan könyvek felépítését azzal az eltéréssel, hogy minden fejezet esetében a nemzetközi fókusz kerül előtérbe, arra tanít, milyen sajátosságokat kell megvizsgálni a globalizált környezetben, melyek lehetnek azok a tényezők, melyeket az egyes országokban másként kell csinálni.

A vállalkozói kihívásról is szóló elméleti felfeztetést követően érveket és okokat olvashatunk, amelyek a globális vállalkozás mellett szólnak. Ilyen lehet mindenekelőtt a minél nagyobb nyereségre való törekvés, ennek érdekében új piacok meghódítása, vagy költségcsökkentés érdekében a termelés külföldre helyezése, ottani kapacitások megszerzése. Az is gyakori, hogy kényszer jelenti ezt a motivációt: például ha a hazai piac zsugorodik, vagy a versenytársak kiszorítanak bennünket, vagy valamilyen jogszabályváltozásnak nem tudunk megfelelni.

Érdemes megemlíteni, hogy Magyarországgal mégis találkozunk a kötetben. Szerb László munkáit több helyen is idézi a szerző<sup>5</sup>, valamint Vecsenyi János professzor munkáit is megemlíti. Kevésbé hízelgő azonban, hogy pl. a 186. oldalon, Az üzleti etika globális megközelítésben című fejezetben, ahol a Transparency International 2007-es korrupciós rangsorát ismerteti a szerző. Itt, e listán szerepel Magyarország, megemlítve, hogy 39-es rangsorral látható több más ország között Magyarország is. A szerző felhívja a figyelmet arra, hogy külföldön befektetni szándékozó üzletembereknek érdemes figyelemmel lenniük a Transparency International listáira is, hiszen ebből (is) kaphatnak előzetesen képet, mi vár rájuk az idegen országban.

A könyv 3 nagy része 16 fejezetet tartalmaz. Az 1. rész A nemzetközi vállalkozás és a vállalkozói lehetőségek címet viseli, az alábbi, konkrét esetpéldákra épülő fejezetekkel: A nemzetközi vállalkozás fontossága, A globalizáció és a nemzetközi környezet, Kultúrák és a nemzetközi vállalkozás, valamint A globális üzleti terv felépítése. A 2. rész a Kilépés a globális piacra címmel nemzetközi üzleti lehetőségekről, a jogi feltételekről, és az alternatív piacra lépési stratégiákról szól. A 3. rész A globális vállalkozás működtetését tartalmazza, Nemzetközi pénzügyi rendszer, Globális marketing és kutatásfejlesztés, A humán erőforrás-menedzsment, valamint a Globális vállalkozói stratégia bevezetése alfejezetekkel. Végül e részt A globális családi vállalkozás fejezet zárja. Míg minden egyes fejezet egy konkrét esettel indít, melyből azután kibomlik a mondanivaló, az egyes részek összefoglalásaként további 4-5 esetet találunk.

Robert D. Hisrich végigvezeti olvasóit azon tényezők során, melyekben az egyes országok között a legnagyobb eltérést tapasztalhatjuk. Tudjuk, különbözik az egyes államok gazdasági, politikai, jogi berendezkedése, hatalmasak lehetnek a kulturális különbségek, de azt is meg kell tanulni, hogyan lehet idegenben a „külföldi – hazai versenyt” leküzdeni, vagy hogyan versenyezhetünk a támogatott belföldi cégekkel szemben külföldiként. Az elmúlt év során kiteljesedő gazdasági világválság felhívta még egy fontos tényezőre, a devizaárfolyamokra a figyelmet: jelentős veszteséget jelenthet ez egy vállalkozás számára, ha az ilyen kihívást nem kezeli megfelelően, és a szakszerű, előrelátó vállalati árfolyam-menedzsment jelentős nyereség forrása is lehet.

Idegen piacra belépni kívánó vállalkozóként számos hibát követhetünk el, ezek akár vállalkozásunk

kudarcat is okozhatják. Külföldiként nem mindegy ugyanis, hogy kivel állunk le tárgyalni, van-e partnerünknek tényleges döntési jogosultsága. A szerző példaként idézi egyrészt az arab államokat, ahol a nőikkel való üzletelés nem elfogadott, illetve Japán, ahol sokszor a csoportos döntéshozatal a jellemző. Egyes nyugati országokból érkező vállalkozások számára megütközést kelthet, hogy keletebbre a kenőpénzek, megvesztegetések gyakorlata szinte a mindennapi kultúra része, így a helyi sajátosságokhoz való alkalmazkodás nélkül nehezen képzelhető el a vállalkozás sikere.

A szerző bemutatja azt is, hogy egy globális piacra készülő vállalkozás üzleti tervének elkészítésekor mely tényezőkre kell fokozott figyelmet fordítani. Nemzetközi szinten kiemelten fontos a marketingkutatás, hiszen a célpiac tőlünk távol van, keveset tudunk róla, sokszor a nyelv is ismeretlen számunkra. A jogi megfontolások, mindenekelőtt a vállalkozás alapításának lehetősége, illetve feltételei, az adórendszer, valamint a szellemi tulajdon védelmének kérdése szintén kiemelkedő fontosságú lehet. Az alkalmazottak felvételekor jó, ha tudjuk, hogy az egyes kultúrákban más lehet a motiváló tényező: míg az USA-ban a személyes siker fokmérője a pénz, Kínában sokkal inkább számítanak a személyes kapcsolatok, a harmonikus élet.

Egy idegen országban nemcsak beindítani kell az üzletet, hanem folyamatosan irányítani, felügyelni is, ehhez pedig meg kell találnunk a megfelelő embereket. Leginkább ilyenkor honfitársainkban bízunk, de egy távoli országban kénytelenek vagyunk – és ez így is van rendjén – a helyiekre támaszkodni. Ezért megfelelő ellenőrző rendszert, felügyeletet kell kialakítani.

Az olvasó, ha először találkozik Robert D. Hisrich Nemzetközi vállalkozástan könyvével, megle-

het, megijed és elretten a kötet terjedelmétől, a vaskos 625 oldaltól. Azonban, ha vesszük a fáradságot, és beleássuk magunkat, láthatjuk, hogy nemcsak Hisrich professzor tanári tapasztalata, élvezetes stílusa és világrészeket átfogó tudása teszi jól követhető olvasmánnyá a művet, hanem a kötet több mint felét kitevő esettanulmányok sora is. Ezek tanulságos „mesék”, emberi történetek különböző országok különböző vállalkozói kihívásairól, sikereiről és kudarcairól. A kötet persze mégsem „vállalkozói mesekönyv”, hanem tankönyv. Ez látható szerkezetén is, hiszen minden fejezet végén kérdéseket, feladatokat találunk. Egyetemi tankönyveknél ez megszokott, de meggyőződésünk, hogy a vállalkozóknak sem felesleges tanulmányozni és megoldani e fejezet záró feladatokat. Hasznos lehet minden olvasónak, ha elgondolkodik a felvetett kérdéseken. Tankönyveknél ugyancsak gyakori, hogy egy-egy fejezet végén az adott téma szempontjából fontosabb irodalmak jegyzékét megtaláljuk. Hisrich professzor azonban e könyvében egy nálunk még szokatlan megoldáshoz folyamodik, az egyes felsorolt kiegészítő irodalmak, cikkek bibliográfiai adatait pár soros annotáció követi,

amelyben megtaláljuk, mi az adott mű lényegi mondanivalója, miért érdemes elolvasni, netán kivel folytatkozik szerzője stb. Tehát nem egyszerűen a címből kell kitalálnunk, érdemes-e vajon előkeresnünk az adott írást, hanem tartalmi ismeretek alapján dönthetünk arról, miben kívánunk jobban elmélyedni, s mi az, amiről elegendő, ha ismeretünk van.

A könyv zárásaként pedig egy nagyon alaposan kidolgozott üzleti tervet találunk egy egyiptomi piacon az irodaszerek on-line piacát megteremtési célul tűző vállalkozásról.

A könyvet ajánljuk elsősorban azoknak a diákoknak, akik a nemzetközi vállalkozás témájában a globális világgazdaság tényleges tapasztalatait összegző művet keresnek magyar tanulmányaik kiegészítéseként. Ajánljuk mindazoknak a vállalkozóknak, akik nem tartják kizártnak, hogy nemzetközi vizekre evezzenek. Ajánljuk mindazon érdeklődőknek, akik mélyebben szeretnék megérteni, milyen motívumok mozgatják a nemzetközi piacra lépő gazdasági szervezeteket és vállalkozókat. Végül, bízunk abban, hogy előbb-utóbb magyarul is hozzáférhető lesz e gazdag irodalmi anyagot felvonultató kötet, reméljük ezt még akkor is, ha persze mond-

hatja erre bárki, aki nemzetközi vállalkozásba kezd, az előbb tanuljon meg angolul. Ez így igaz, azonban 625 oldal angol szöveg elolvasása igencsak fejlett nyelvtudást és elegendő szabadidőt feltételez. Márpedig napjaink kisvállalkozói hiányt szenvednek mindkettőben.

*Csapó Krisztián – Szirmai Péter*

## Lábjegyzet

<sup>1</sup> Robert D. Hisrich napjainkban az amerikai Thunderbird Egyetem Walker Globális Vállalkozási Központjának igazgatója, egyetemi tanár.

<sup>2</sup> Új vállalkozások menedzsmentje. L. bővebben Cruikshank, J. L. (2005): *Shaping the Waves – A History of Entrepreneurship at Harvard Business School*. Harvard Business School Press, Boston, MA

<sup>3</sup> L. ISBA (2004): *Making the Journey from Student to Entrepreneur: A Review of the Existing Research into Graduate Entrepreneurship*. ISBA, letöltve: <http://www.ncge.org.uk/communities/files/biblio589.pdf> 2006.10.17-én 22:25-kor

<sup>4</sup> Eredetileg a magyar változat: Hisrich, Robert-Peters, Michael (1992): *Vállalkozás. Új vállalkozások fejlesztése és működtetése*. Akadémiai Kiadó. Budapest. Legújabb kiadás: Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2006): *Entrepreneurship*. McGraw-Hill, 7th Edition

<sup>5</sup> Acs, Z., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth, and public policy. *Small Business Economics*, 28 (2-3), 109–122.

## E SZÁMUNK SZERZŐI

**Dr. Fülöp Gyula**, egyetemi tanár, Miskolci Egyetem; **Pelczné Dr. Gáll Ildikó**, egyetemi docens, Miskolci Egyetem; **Dolog Anett**, hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Fazakas Gergely**, egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem; **Karacs Katalin**, hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; **Tóth Kornél**, óraadó, Debreceni Egyetem Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar, Debreceni Egyetem; **Mangol Csilla**, közgazdász, általános informatikus; **Mihály Nikolett**, PhD-hallgató, Szegedi Tudományegyetem; **Beck-Bíró Kata**, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; **Csapó Krisztián**, egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Szirmai Péter**, egyetemi docens, igazgató, Budapesti Corvinus Egyetem

## VEZETÉSTUDOMÁNY