

KAPÁS Judit

# MI A BAJ A MODERN VÁLLALATELMÉLETEKKEL? EGY ÚJ MEGKÖZELÍTÉS: TÖBBDIMENZIÓS VÁLLALATELMÉLET

A modern vállalatelméletek a „Milyen probléma megoldását biztosítja a vállalat?” kérdés oldaláról próbálják a vállalatot megmagyarázni. A szerző ezt egydimenziós megközelítésnek nevezi, és az elméletek hiányosságait erre az alapállásra vezeti vissza. A modern vállalatelméletek „toldozgatása-foltozgatása” nem emeli ki ezeket az elméleteket az egydimenziós perspektívából. A cikkben felvázolt új megközelítési mód, a többdimenziós vállalatelmélet a vállalatot az alábbi dimenziók mentén tekinti: (1) mag-, (2) vállalkozási-, (3) piaci-, és (4) idő dimenzió.

A modern vállalatelméletek két ágát a szerződéses és az evolúciós-kompetencia-alapú elméletek jelentik, melyek alapvetően egymás riválisai abban az értelemben, hogy azonos kérdésekre keresik a választ. Legújabbban azonban néhány szerző (Foss, 1993, 1994; Hodgson, 1998) a két irány komplementaritását hangsúlyozza, kiemelve, hogy mindkét elmélet gazdagabbá válhat a másik bizonyos nézeteinek átvételével.

A komplementaritás hangsúlyozása azonban nem képvisel akkora erőt, amely a két vállalatelméleti irányzat elkülönülését feloldaná, a vállalatelméletek két ágának elkülönítése továbbra is megalapozott. Az okok nézetem szerint az alábbiak: (1) A szerződéses vállalatelméletek nem keresik a kapcsolatot az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélettel. (2) Az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet egyik ága szintén saját medrében fejlődik, részproblémák elemzésével foglalkozik.<sup>1</sup> (3) Másik ága, amely a szerződéses elméletekkel való komplementaritás felé mutat (Langlois, 1992; Langlois és Robertson, 1995) csak egy-egy szűk területen teremti meg a kapcsolódást a két vállalatelméleti ág között, meghagyva így az elméletek két pólusát.

Következésképpen a jelenlegi vállalatelméleti kutatások legnagyobb része a két vállalatelméleti ág saját

berkein belül történik, anélkül, hogy közöttük bármilyen intellektuális érintkezés lenne.

Ez a külön utas fejlődés részkérdésekben természetesen jelentősen gazdagítja a vállalatra vonatkozó ismereteinket, de mivel egyik elmélet sem tud komplex választ adni a vállalatelmélet kérdéseire, az egész vállalatelmélet fejlődése jelentős lendületet csak azzal vehet, ha új megközelítést alkalmazunk. Ez az irány rá kell, hogy épüljön az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet komplementaritást hangsúlyozó ágára, de annak nézeteit meghaladó, új koncepciókat is alkalmaznia kell.

Álláspontom szerint a vállalatelméletnek azért kell új mederben formálódnia, mert a két vállalatelméleti ág saját utas fejlődése, az elméletek egydimenziós jellege miatt, nem vezet a vállalatelméleti kérdések általánosabb érvényű megválaszolásához. Az elméletekkel szemben legkomolyabb kritikaként tehát azt emelem ki, hogy egydimenziós elméletek.

Hogyan jutottam erre a megállapításra? A szakirodalomban jelentős kritika fogalmazódik meg az egyes vállalatelméletekkel szemben. Ezeket áttanulmányozva azt állapítottam meg, hogy a kritikák az elméleteknek csak egy-egy részlemét (pl. opportunizmus feltevése, technológiai szempontok kizárása stb.) kér-

dőjelezik meg<sup>2</sup>, de a kritizált elem megváltoztatásával az elmélet egészét kiegészíthetőnek, átalakíthatónak tekintik. Ez azt jelenti, hogy az elmélet alapállását, eredeti megközelítésmódját nem kívánják megváltoztatni. Ezt a kritikai álláspontot „toldozgatás-foltozgatás” pozíciónak tekintem.

Véleményem szerint más megközelítésben kell kritizálni (értékelni) a vállalatelméleteket. Ez az újfajta kritika az elmélet legalapvetőbb fogyatékoságának feltárására törekszik, és ebből eredezteti a további kritikákat. Úgy gondolom, hogy csak ez az újfajta kritika ad alapot arra, hogy általánosabb vállalatelméletet dolgozzunk ki.

A modern vállalatelméletek kritikáinak tanulmányozása nyomán arra a következtetésre jutottam, hogy a két vállalatelméleti ág saját utas fejlődése nem képes minden elméleti problémát megoldani. A „toldozgatás-foltozgatás” módszere nem emeli ki az elméleteket abból a keretből, megközelítésből, amelyben vannak, így az elméletek kulcsproblémája ezzel a módszerrel nem oldható meg. A vállalatelméleti kérdések általánosabb érvényű megválaszolásához tehát új megközelítés szükséges, olyan, amely nem csupán az elméletek egy-egy részlemét fejleszti tovább vagy pontosítja, hanem a „gyökérproblémára” ad megoldást. Ez az új megközelítés, amit többdimenziós vállalatelméletnek nevezek, a modern vállalatelméletek újfajta kritikáján alapul.

Teóriám szerint a szerződéses és az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletek legkomolyabb fogyatékosága („gyökérproblémája”), hogy egydimenziós elméletek. Ez alatt azt értem, hogy a vállalatelmélet által megválaszolható kérdésekre csak egy nézőpontból keresik a választ. Vizsgálatuk csupán arra irányul, hogy milyen probléma megoldására ad lehetőséget a vállalat. Nézetem szerint minden további kritika az elméletekkel szemben egyenesen következik egydimenziós jellegükből, és csak ezen alapkritika részletezését jelenti.

A modern vállalatelméletek tehát egyetlen dimenzió mentén adnak választ a három vállalatelméleti kérdésre. Ezt a dimenziót „mag” dimenzióknak nevezem, mert a vállalat által megoldott probléma lényegi aspektusára vonatkozik. A szerződéses elméletekben ez a központi „mag” a tranzakciós költség probléma, az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletben pedig az implicit (tacit) kompetencia (tudás) használata és az új tudás létrehozása. Más dimenziók nem szerepelnek az elméletekben, pedig a fehér foltok és zavarok ezek hiányából fakadnak.

## A többdimenziós vállalatelmélet

Az elméletek hiányosságainak a feltárásában támaszkodni lehet a modern vállalatelméletek egyik ága – a még csak napjainkban formálódó evolúciós-kompetencia-alapú elmélet<sup>3</sup> – nézeteire, melyeket többnyire a szerződéses elméletekkel szembeni kritikaként fogalmaz meg, illetve a vállalatelméleti irányzatok komplementaritását hangsúlyozó új elméletekre (pl. Langlois és Robertson, 1995; Teece és szerzőtársai, 1994), valamint a fenti újfajta kritikára. Ezek alapján nézetem szerint a modern vállalatelméletekből az alábbi aspektusok (dimenziók) hiányoznak.

Az egyik negligált dimenzió a rövid és a hosszú táv megkülönböztetésével kapcsolatos. A modern vállalatelméletek egyike sem képes a vállalatot mindkét időtáv esetében értelmezni, magyarázni: a szerződéses elméletek a vállalatelmélet kérdéseire csak rövid távon, az evolúciós-kompetencia-alapú elmélet pedig csak hosszú távon érvényes magyarázatot tud adni. A modern vállalatelméletek tehát nem képesek az időtávokat kezelni, azaz nincs idő dimenziójuk.

Rövid távon a környezeti változások előre jelezhetőek, azaz a szereplők nem tudják, hogy melyik állapot fog a jövőben bekövetkezni, de valószínűségeket tudnak párosítani az egyes állapotok bekövetkezéséhez. Ebből a valószínűségi bizonytalanságból következik, hogy a maximalizáló magatartás releváns feltételezés lehet rövid távon. A maximalizálás pedig lehetővé teszi a hatékony, egyensúlyi megoldás kiválasztását. A szerződéses elméletek hatékonysági és statikus (egyensúlyi) megközelítése a fenti magyarázat alapján az idő dimenzió hiányából fakad.

A második negligált aspektus (dimenzió), a vállalkozó szerepének teljes kiiktatása, is egyenesen következik az idő dimenzió hiányából: ha rövid távon adottságokkal számolva optimalizálni lehet, akkor nincs hely a vállalkozói tevékenység számára.

Ezzel szemben az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet hosszú távú vállalatelmélet, hiszen a knighti bizonytalanság feltételezése csak hosszú távon reális. Ebből következik a maximalizáló magatartás elvetése, és helyébe másfajta (nem maximalizáló) magatartás (például satisficing, szabálykövetés) állítása. A változás, az innováció, a tanulás – amiket az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet rendkívüli módon hangsúlyoz – csak hosszú távon értelmezhető fogalmak. Az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet tehát gyors, drasztikus környezeti változások

közepette elemzi a vállalatot. A dinamika, az egyensúlytalanság és a vállalkozó szerepének beépítési lehetősége – hasonlóképpen, mint a szerződéses elméletekben – itt is az idő dimenzió hiányából fakad, csak ez esetben az idő dimenzió hiánya nem ellehetetleníti, hanem lehetővé teszi például a vállalkozás beépítését az elméletbe. Az idő dimenzió hiánya a modern vállalatelméletekben tehát azt jelenti, hogy nem tudják a vállalatot saját magyarázó apparátusukkal rövid és hosszú távon is értelmezni.

Mindezekből egy harmadik negligált aspektus (dimenzió) is következik – ezt Coase (1937) és Alchian és Demsetz (1972) nézetei is előrevetítik –, amely arra a problémára vonatkozik, hogy a vállalat és a piac egymást helyettesítő vagy kiegészítő koordinációs mechanizmusok-e, illetve valamelyik mechanizmus a másikat megelőzően létezik-e, vagyis mi a viszony a piac és a vállalat között. A vállalatelméletnek a vállalat megmagyarázása során szükségszerűen szólnia kell a

vállalat és a piac kapcsolatáról is. A vállalatnak eme aspektus szerinti vizsgálatát piaci dimenzióknak nevezem.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a modern vállalatelméletek azért nem képesek a vállalatelmélet kérdéseire általános érvényű válaszokat adni, mert egydimenziós elméletek. Sőt ez az egydimenziós jelleg egyben azt is jelenti, hogy az elméletek további saját mederben történő „finomítása” sem tud változtatni ezen, jóllehet bizonyos részletkérdésekben hozzájárul a vállalatra vonatkozó tudásunk gazdagodásához.

Az 1. táblázatban összefoglalom a modern vállalatelméletek egydimenziós jellegének következményeit.

Milyen következtetések adódnak az 1. táblázatból? (1) Az a mód, ahogyan a bizonytalanságot, a koordinációs problémát, a tudást, a tanulást kezelik az elméletek; amilyen magatartási és egyensúlyi feltevéssel élnek; ahogyan a vállalatot és a piacot koncepcio-

1. táblázat

A modern vállalatelméletek egydimenziós jellegének következményei

Elmélet	Szerződéses vállalatelméletek	Evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet
<i>időtáv</i>	<i>rövid táv</i>	<i>hosszú táv</i>
<b>Az időtáv következményei</b>		
bizonytalanság	parametrikus bizonytalanság (kockázat)	strukturális bizonytalanság (igazi bizonytalanság)
koordinációs probléma	ösztönzés	szélesebb körű: tudás koordinálása
tudás	tökéletlen, de nem privát tudás (csak információs probléma)	tökéletlen, privát tudás (tudásprobléma)
tanulás	nem lehetséges	lehetséges
magatartási feltevés	korlátozott racionalitás – maximalizálás	korlátozott racionalitás – szabálykövetés
egyensúly	fennáll	egyensúlytalanság
vállalat lényege	hatékonyság keresése (tranzakciós költségek minimalizálása)	implicit tudás használata és új tudás létrehozása
piac koncepciója	a piac alternatívája a vállalatnak	a piacnak más képességei vannak, mint a vállalatnak
vállalaton belüli környezet	a vállalati rendszer egyetlen elemében történik változás (autonóm innováció)	a vállalati rendszer minden elemében változás történik (rendszerbeli innováció)
környezeti változások	átmeneti sokkhatások (ismétlődőek)	tartós sokkhatások
központi aktor	menedzser	vállalkozó
vállalkozás	nincs értelme	szükséges
elmélet jellege	ortodox	heterodox
információs/tudásprobléma következménye	keresés (search)	felfedezés

nálják; amilyen külső és belső környezetet feltételeznek; amilyennek a központi aktort leírják; és amilyen elméleti „stílust” alkalmaznak; ez mind a vállalat adott idő távú (de kizárólag rövid, illetve hosszú távú) szemléletéből adódik. Ezek a nézetek egyenesen következnek az egyszemélyes szemléletből, és egymással kölcsönhatásban állnak. Vizsgáljuk meg ezt kölcsönhatást elsőként a szerződéses elméletek szemszögéből!

Rövid távon a környezetben átmeneti jellegű sokkhatások történnek, melyek a sokkhatások ismétlődő jellege miatt viszonylag objektíven megfigyelhetőek (Casson, 1997). Ez azt eredményezi, hogy a megfigyelő, kellően nagyszámú eset nyomán, rendelkezik a kimenetek valószínűség-eloszlásával, és így képes a várható hasznosság (profit) maximalizálására (kalkuláció), még akkor is, ha a korlátozott racionalitás talaján állunk. Mivel kalkulációs jellegű problémával állunk szemben, így érthető, hogy miért a menedzser a központi aktor: az ismétlődő környezeti változásokra vonatkozó információk gyűjtése és értékelése, valamint ezek alapján a döntések meghozatala nem más, mint egy szakma, a menedzseri szakma. Mivel a sokkhatásra vonatkozóan a menedzser nem rendelkezik minden információval, ezért ösztönözni kell arra, hogy optimális szintű erőfeszítéseket tegyen az információk megszerzésére (search) – tehát az ösztönzés jelenti az egyetlen koordinációs problémát –, de a megfelelő ösztönzési rendszer esetén a hatékony állapot és az egyensúly elérhető. A szerződéses elméletek nem gondolják ugyan, hogy az ágensek tökéletes tudással rendelkeznek, de feltételezik, hogy tökéletesen tisztában vannak azzal, hogy tudásuk nem teljes, ezért például keresési tevékenységet folytatnak annak érdekében, hogy tudáshiányuk (ignorance) csökkenjen. Ebben az adott cél-eszköz struktúrában történő információkeresési tevékenységben nincs szükség tanulásra, az egyedüli probléma az információk beszerzése (keresés), új keretek felállítása (vállalkozás) fel sem merül. A fentiekből következően a vállalattal szemben – amely hatékony megoldást jelent bizonyos tranzakciók megszervezésére –, a piac alternatív koordinációs mechanizmus, azaz alapvetően ugyanazt a feladatot látja el, mint a vállalat, csak más típusú tranzakciók esetén biztosítja a hatékonyságot.

Az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet hosszú távú szemléletéből másfajta következmények származnak. A tartós sokkhatások – amelyek igazi bizonytalan környezetet jelentenek, hiszen a változás egyszeri jellege miatt valószínűségek nem határozhatóak meg – megítélése szubjektív, implicit (tacit)

tudást követel meg, így ez a „feladat” nem lehet piaci csere tárgya, ahogy azt már Knight (1921) is megállapította. Az ilyen hatásokra való improvizálás a vállalkozó feladata (Casson, 1997). A vállalkozói tevékenység új cél-eszköz rendszer felállítását jelenti, „fel-fedezések” sorozata (Kirzner, 1973), tanulást (tévedést) tesz szükségessé. A probléma tehát, amellyel a vállalkozó szembe találja magát, nem információs jellegű, azaz nem oldható meg még több információ megszerzésével, hanem tudásprobléma (Hayek, 1945), azaz a szétszórt tudás koordinálása képezi a gazdasági (koordinációs) problémát, és nem az ösztönzés. A vállalat tehát az implicit (tacit) tudás használatának és az új tudás kifejlesztésének (innováció) a helye, és másfajta képességekkel rendelkezik, mint a piac. A szerződéses vállalatelméletek statikus, egyensúlyi világgal szemben az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet dinamikus, egyensúlytalan világot ír le, amelyben a vállalat megértése lehetetlen, ha a piaci folyamatokból kiragadjuk.

(2) Tekintettel arra, hogy azok a feltevések, amelyekkel a modern vállalatelméletek élnek, az adott időtávot illetően plauzibilisak, el kell ismernünk, hogy az adott kereteken belül ezek az elméletek a vállalat jó elméletei. Azzal okoznak problémát a kritikák, hogy olyan dolgokat próbálnak számon kérni ezeken az elméleteken, amelyek az adott elmélet logikájába nem illeszkednek. (Például a szerződéses elméleteken a legtöbb szerző a dinamikus elemek, így a tanulás, az innováció hiányát kéri számon.) Ezáltal a kritikák az elméletek fejlődését elkerülhetetlenül az integráció, a komplementaritás hangsúlyozása irányába vitték el. Úgy tűnik, hogy a vállalatelméleti szerzők azt az álláspontot tették magukévá, hogy a vállalatelmélet annál „jobb”, minél nagyobb mértékben ötvözi a két vállalatelméleti ág nézeteit. Ennek az elvárásnak a jegyében olyan elméletek születtek, amelyek részterületeken megteremtik a két vállalatelméleti ág komplementaritását, de nem képesek szakítani azzal, hogy továbbra is csak egy időtávra értelmezzék a vállalatot. Egyes új elméletek olyan elemeket próbáltak beépíteni, amelyek az ő (időtáv szerinti) megközelítésükbe nem illeszkednek.

Véleményem szerint explicit módon ki kell jelenteni, hogy a szerződéses vállalatelméletek rövid távú, az evolúciós-kompetencia-alapú elmélet pedig hosszú távú vállalatelméletek. Ezek után nincs helye olyan próbálkozásoknak, amelyek például a tranzakciós költségek elméletébe hosszú távú jelenségeket (például tanulás) akarnak beépíteni.

A vállalatelméletek integrálását mindezek fényében másképp gondolom megvalósíthatónak, mint ahogy azt a jelenlegi kísérletek teszik: elismerem, hogy a modern vállalatelméletek egyes elemei átvihetők a másik a vállalatelméleti ágba, és ezek jelentősen hozzájárulnak a vállalatelmélet fejlődéséhez. De nem lehet egyedül ez az út, amely az általánosabb vállalatelmélet felé visz. Az általános vállalatelméletnek az időtávokat kezelnie kell, de ez csak úgy lehetséges (amint a fenti táblázatból is kiderül), ha a magatartási feltevéseket, a bizonytalanság értelmezését és a többi táblázatban szereplő elemet is úgy értelmezzük, hogy abba a rövid és hosszú táv kezelése is beleférjen. Nincs szükség gyökeresen új közgazdasági nézetekre ahhoz, hogy a vállalatelméleti kérdésekről általánosabb keretben gondolkodjunk: a modern vállalatelméletek egy más struktúrába (többdimenziós keretbe) helyezve jó alapot nyújtanak az általános vállalatelmélet számára.

(3) A táblázat alapján megfogalmazott nézeteim szerint a vállalatot az alábbi dimenziók mentén kell szemlélni:

(1) *Mag dimenzió*

Arra ad választ, hogy milyen probléma megoldását biztosítja a vállalat.

(2) *Vállalkozási dimenzió*

Azt vizsgálja, hogy a vállalkozás mint emberi magatartás hogyan és miért kapcsolódik a vállalathoz.

(3) *Piaci dimenzió*

Arra vonatkozik, hogy milyen viszonyban áll a vállalat a piaccal, s rendelkezik-e piaci jellemzőkkel. Coase kérdése (miért léteznek vállalatok) akár meg is fordítható: miért létezik a piac. A probléma tehát azt jelzi, hogy a vállalat megértéséhez a piac és a vállalat viszonyának megértése is hozzátartozik.

(4) *Idő dimenzió*

A vállalatelmélet kérdéseire olyan válaszokat kell adni, amelyek ugyanazzal az apparátussal rövid és hosszú távon is megmagyarázhatóvá teszik a vállalatot.

**A többdimenziós vállalatelmélet alapfeltevései**

A vállalatelmélet csak alkalmazza azokat a nézeteket, amelyek a kiinduló feltevéseket jelentik, nem tárgya (feladata) e nézetek kidolgozása. A feltevések tisztázásához tanulmányozni kell a közgazdasági és esetleg más elméletek azon ágait, amelyek az adott

problémával foglalkoznak. Nem tekintem feladatomban, hogy új nézeteket alkossak e téren, csupán megpróbálom a közgazdaságtudomány által megfogalmazott nézetekből azokat „kiemelni”, amelyek egy általánosabb vállalatelmélet kidolgozásához szükségesek.

A modern vállalatelméletek szakirodalomban felkelhető kritikája, de különösképpen az általam megfogalmazott újfajta kritika alapján a többdimenziós vállalatelméletnek nézetem szerint az alábbi kérdésekben kell a feltevéseket megvonnia: (1) az aktorok tudására, (2) az aktorok magatartására és (3) a piaci környezetre vonatkozó feltevések, valamint (4) az idő szemlélete.

**(1) Az aktorok tudására vonatkozó feltevés**

A modern osztrák iskola (Hayek, 1937, 1945; Shackle, 1972) tudásra vonatkozó nézetei elengedhetetlenek a vállalatelmélet számára. A tudás alábbi öt aspektusát szükséges kiemelni:

- A tudás empirikus, mert Hayek (1945:52) szerint a szereplők alapvetően „az idő és a hely adott körülményeinek megfelelő tudást” akarnak megszerezni.
- A tudás privát, azaz az egyének olyan tudással rendelkeznek, amellyel mások nem.
- A tudás implicit, azaz nem kommunikálható vagy transzferálható más egyének felé. Az implicit tudás képességek formáját ölti, és szokásokban, szabályokban testesül meg.
- A tudás keresése meglepetéseket hozhat. A meglepetés olyan dolgok felfedezését jelenti, amelyre az egyén nem számított előre.
- A fenti négy tulajdonság magával hozza, hogy a tudás szétszórt is. A szétszórt tudás pedig knighti (strukturális) bizonytalanságot okoz.

A fenti öt jellemző következtében a tudás elkerülhetetlenül tökéletlen. Az elmélet kiinduló feltevéseként kezelem azt a tényt, hogy a tudás tökéletlen, szubjektív módon szétszórt, és elfogadom Pelikan (1988) legfontosabb nézetét is, amely szerint a legmélyebb szinten lévő kompetencia (tudás) szűkös erőforrás, eleve adott és hosszú távon sem változik.

Az osztrák iskola tudásra vonatkozó nézeteinek elfogadása a szubjektívizmus tudomásulvételét is megköveteli. Véleményem szerint a vállalatelméletnek a szubjektívizmus azon felfogására kell építkeznie, amire Kirzner és a többi osztrák közgazdász utal: az egyének szubjektív preferenciákkal, hitekkkel, jövőké-

pekkel és értékítéletekkel rendelkeznek, és ezek alapján cselekszenek. A tudás szétszórt jellege a szubjektívizmuson keresztül az egyének magatartására vonatkozóan is konzekvenciákkal bír, következésképpen meg kell vizsgálni az egyének magatartását.

## (2) Magatartási feltevés

A közgazdasági elméletekben alkalmazott szokásos magatartási feltevések: a szabálykövetés, a maximalizálás, a kielégítő keresése (satisficing). Ezek egyike sem lehet kiinduló feltevése az általánosabb vállalatelméletnek, ugyanis mind hatékonyságkereső magatartásnak tekinthetőek. A három magatartásforma közötti lényegi különbség csupán abban áll, hogy a hatékonyságkeresést, amely kalkulációs természetű feladat, más módon modellezik.

Nézetem szerint el kell fogadnunk, hogy az aktorok magatartását nem kizárólag kalkulációs jellegű megfontolások alakítják. Az egyének az emberi természetből eredően kreatívak, használják képzelőerejüket. Az általánosabb vállalatelméletnek az emberi magatartás ezen elemeit nem szabad negligálnia. Plauzibilis magatartási feltevésnek tehát csakis az olyan feltevést tekintem, amely a kalkulációs jellegű elemeken kívül az ösztönök, a kreativitás, a képzelőerő megnyilvánulásának is teret enged. Úgy vélem, hogy Mises (1949) „emberi cselekedet” (human action) koncepciója pontosan ilyennek írja le az egyének magatartását, így kis korrekcióval Mises nézeteit tekintem a többdimenziós vállalatelmélet magatartásra vonatkozó kiinduló nézeteinek.

Az emberi cselekedet olyan tevékenység, amellyel az egyén helyzetét javítani szeretné. Mises szerint ez egyidejűleg két elemet foglal magába: (1) hatékonyságkereső magatartást (maximalizálás), (2) vállalkozói elemet, amely hiányzik a tisztán hatékonyságkereső magatartásból. Az én interpretációmban az (1) alatt említett hatékonyságkeresés tágan értelmezendő, úgymint kalkuláción alapuló magatartás, amely az előzőek szellemében a maximalizáláson kívül a satisficing és a szabálykövető magatartást is magába foglalja.

Az emberi cselekedet két elemének megfelelően az egyén kétféle feladatot végez el: (1) azonosítja a releváns cél-eszköz keretet (vállalkozói elem), (2) az adott cél-eszköz kereten belül a lehető legjobb eredmény elérésére törekszik (szűk értelemben hatékonyságkeresés, tág értelemben kalkuláció). Mises kiemeli, hogy e két tevékenységmotívum egyetlen, integrált emberi tevékenységet jelent, azaz minden emberi cselekedetben egyszerre van jelen e két elem.

Az emberi cselekedetben a maximalizálás és a vállalkozás azért jelenik meg egy időben, mert a tudás, nézetem szerint, nem abszolút értelemben tökéletlen: különböző területeken a tudás eltérő mértékben tökéletlen, azaz a tudáshiány intenzitása a gazdaság különböző területein nem azonos mértékű. Rövid távon, lassan változó, egyszerű környezetben, stabil fogyasztói preferenciák stb. esetén a tudáshiány a legkisebb mértékű. Ebből következően ilyen környezetben alapvetően kalkulációra van szükség, de még ekkor is szerepe van az ösztönnek, képzelőerőnek, azaz a vállalkozói elemnek, hiszen ez az emberi természetből következik. Ha a környezet változása gyors, és minden változó gyorsan módosul, az emberi cselekedetben a vállalkozói elem válik dominánssá, de arról szó sincs, hogy a kalkuláció megszűnne.

A Mises-i emberi cselekedet elválaszthatatlan a szubjektívizmustól. A szubjektívizmus talaján állva azt is el kell fogadni, hogy az egyén szubjektív jellemzőitől (mentalitás, pszichika stb.) is függ, hogy valamely szituációban magatartása milyen mértékben tartalmazza az emberi cselekedet két elemét. A szubjektívizmusból az is következik, hogy a korlátozott racionalitás „mértéke” az egyes egyéneknél eltérő, hiszen kognitív képességeik is különbözőek.

## (3) A piaci környezetre vonatkozó feltevés (bizonytalanság)

Langlois (1986) bizonytalanság koncepcióját alkalmas kiinduló feltevésnek tekintem a többdimenziós vállalatelmélet számára. Ez nemcsak abban segít, hogy világosan megértsük, mit értenek a szerződéses és az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletek bizonytalanság alatt, és hogyan illeszkedik ez a bizonytalanság koncepció elméletük logikájába, hanem abban is, hogy általános értelemben közelítsük meg a bizonytalanságot. A bizonytalanság két formája Langlois (1986) szerint a parametrikus és a strukturális bizonytalanság.

Parametrikus bizonytalanság esetén a döntéshozók ismerik a kimenetek bekövetkezésének valószínűségeloszlását. Ilyen környezetben az egyének az előttük álló probléma struktúrájáról (természetéről) tökéletes tudással rendelkeznek, azaz strukturális tudásuk tökéletes, viszont parametrikus tudásuk tökéletlen, azaz a probléma bizonyos paramétereit nem ismerik tökéletesen. Ez viszont csak információs problémát okoz (az információ költségek árán beszerezhető), vagyis újabb információk beszerzésével a paraméterek becsléseit

javítani lehet. Ezek után tulajdonképpen ugyanúgy lehet optimalizálni, mintha tökéletes bizonyosság lenne. Ebben a világban tehát minden probléma kalkulációs természetű. A szerződéses vállalatelméletek a bizonytalanság alatt a fent leírt parametrikus bizonytalanságot értik.

A bizonytalanság erősebb formáját Langlois strukturális bizonytalanságnak nevezi. Ennek két fő jellemzője: a jövőbeli események strukturájának tökéletlen tudása és a bizonytalanság endogén jellege. A bizonytalanság endogén jellegének hangsúlyozása fontos elem a strukturális bizonytalanság koncepciójában. Ez arra utal, hogy a bizonytalanságot maga a gazdasági rendszer és a folyamatok hozzák létre, és nem szüntethető meg. A strukturális bizonytalanság tehát a hayeki értelemben vett tudásproblémát generálja, azaz a tudáshiány nem szüntethető meg újabb információk beszerzésével. A strukturális bizonytalanság koncepció az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletbe illeszkedik.

A rövid távú szerződéses elméletek természetes módon nem tételezhetnek fel strukturális bizonytalanságot, hiszen az nem rövid távra vonatkozik. Értelmetlen dolog azt számon kérni a szerződéses elméleteken, hogy miért nem fogadják el a strukturális bizonytalanság tényét. A fenti gondolatmenettel azt szeretném kifejezni, hogy nem az a kérdés, vajon a strukturális vagy a parametrikus bizonytalanság feltevése plauzibilis-e. A bizonytalanság mindkét formája plauzibilis feltevés lehet, attól függően, hogy milyen távra vonatkozik az elemzés.

Nézetem szerint rövid távon (adott cél-eszköz strukturában) a parametrikus bizonytalanság, hosszú távon (a cél-eszköz keret változása esetén) pedig a strukturális bizonytalanság feltevésével kell élni. A többdimenziós vállalatelmélet számára ez az elfogadható feltevés. A bizonytalanságra vonatkozó elképzelésünket azonban ki kell egészíteni: a strukturális bizonytalanság nem lehet korlátlan (Mises, 1949). Ha ez így lenne, akkor a piaci események tisztán csak véletlennek lennének, s ez nem tenne lehetővé céltudatos emberi akciókat.

#### (4) A reális idő feltevése

Az idő problémája nem az időtávok problémája, hanem arra a kérdésre vonatkozik, hogy az idő múlásával – amely megkérdőjelezhetetlen – tud-e számolni az elmélet vagy sem. Ki lehet jelenteni, hogy a szerződéses elméletek nem tudnak számolni az idő múlá-

sával, az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet viszont megpróbálja azt. A modern vállalatelméletek időszemlélete tehát nem megfelelő, illetve finomításra szorul. Nézetem szerint akár rövid, akár hosszú távon, akár általánosan akarjuk a vállalatot megmagyarázni, az idővel számolni kell.

A többdimenziós vállalatelmélet számára jó kiindulópontot jelent O' Driscoll és Rizzo (1985) időkonceptiója, bár a két szerző nézeteit változtatás nélkül nem tartom alkalmazhatónak. A két szerző az idő szemlélésének két elméletét különbözteti meg: a newtoni, illetve a reális idő koncepciókat.

A többdimenziós vállalatelméletnek számolnia kell az idő múlásával, azaz a reális idő talaján kell állnia, el kell fogadnia, hogy az akciók mindig a jövőre irányulnak (Mises, 1949). Az akciók jövőre irányultsága azt jelenti, hogy az események nem pusztán kapcsolat nélkül követik egymást az időben – mint ahogy a newtoni időkonceptió gondolja –, hanem a jelenbeliektől függenek, azaz oksági relációban állnak egymással (Hicks, 1976).

Úgy gondolom azonban, hogy a reális idő nincs olyan merev ellentétben a newtoni idővel, mint ahogy azt O' Driscoll és Rizzo (1985) vélik, azaz módosítani kell e két időkonceptió tartalmát. A newtoni idő nem azonosítható a rövid távval – O' Driscoll és Rizzo (1985) ezt sugallják –, ahogy a reális idő koncepció sem azonosítható a hosszú távval. A rövid táv szemlélet nem zárja ki azt, hogy az egyes időpillanatok közötti kapcsolatot elfogadjuk. Attól, hogy az idő folyamában egy pillanatot ragadunk ki, még nem kell azt feltételezni, hogy ez az időpillanat az előző időpillanatoktól tökéletesen független. Az egyes időpillanatok nincsenek tökéletesen determinisztikus viszonyban (ez ellentmondana a bizonytalanságnak), de tökéletesen indeterminált viszonyban sem lehetnek (ez korlátlan bizonytalanságot jelentene), vagyis bizonyos mértékű determináltság fennáll az egyes időpillanatok között.

Azt gondolom, hogy a többdimenziós vállalatelméletnek el kell fogadnia azt a tényt, hogy az idő múlása szerepet játszik az egyének (vállalatok) döntéseiben, hiszen azokat a múltbeli tapasztalatok alapján hozzák, és így az egyes időpillanatok kapcsolódnak egymáshoz. Ez nem zárja ki azt, hogy az idő folyamában kiragadjunk egy időpillanatot (időintervallumot), amely rövidege miatt jobb előrelátást tesz lehetővé, mint egy hosszú periódus. A reális időt ebben a felfogásban értem, és nem O' Driscoll és Rizzo (1985) tökéletesen szubjektivistá felfogásában.

A négy feltevés kölcsönös kapcsolatban áll egymással, bármelyik fennállása magával vonja a többi létezését is. Az idő reális (dinamikus) koncepciója szerint az időt, mint események folyamát fogjuk fel. Implicit módon ebben a gondolatban jelen van, hogy újdonások alakulhatnak ki, és hogy a szereplőket Shackle-i meglepetések érhetik. Emiatt a jövőbeli események hosszú távon nem jelezhetőek előre, azaz a jövő kereteit, struktúráját nem láthatjuk előre (strukturális bizonytalanság). Mindez azt jelenti, hogy az aktorok tudása nem tökéletes, akcióikban a vállalkozói elem dominál. Rövid távon a problémák struktúrái adottak, de bizonyos paramétereket nem ismernek a szereplők, legfeljebb becsülni tudják azokat (a becslés szubjektív is lehet). Az objektív vagy szubjektív valószínűségek ismertében a probléma megoldása kalkulációt igényel, azaz az emberi cselekedeten belül a hatékonyságkeresésen van a hangsúly. Rövid távon, adott kereteken belül viszonylag jól előre jelezhető, hogy egy következő időpillanatban a legnagyobb valószínűséggel mi fog történni. Az idő múlása tehát rövid távon is szerepet kap, nincs szó tökéletes determináltságról, viszont alkalmazható a valószínűségi becslés. Ez pedig a bizonytalanság gyengébb formáját, a parametrikus bizonytalanság fennállását jelenti. A tudásproblémát ez esetben sem zártuk ki, hiszen a tudás szubjektíven szétszórt jellege összhangban áll az elmondottakkal, csupán a tudásprobléma intenzitása kisebb, mint hosszú távon.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a tudáshiány és a tudás szubjektíven szétszórt jellege, valamint az emberi akciók jellemzői, a bizonytalanság jellege és az idő múlásának elismerése kölcsönösen meghatározzák egymást. Mivel a tudáshiány intenzitása sokféle lehet és a bizonytalanság mindkét fajtája előfordulhat, ezért az emberi akciókban egyszerre jelen levő vállalkozói és hatékonyságkereső (kalkuláló) elemek különböző kombinációkban fordulhatnak elő.

### A többdimenziós vállalatelmélet építőkövei

A többdimenziós vállalatelmélet építőkövei közé azokat az elméleteket sorolom, amelyek nem részei ugyan magának a többdimenziós vállalatelméletnek, de szorosan kapcsolódnak hozzá, nélkülük az nem megalapozott. E teóriák kapcsolatba hozása a többdimenziós vállalatelmélettel magukból a kiinduló feltevésekből következik. Véleményem szerint három elmélet áll szoros kapcsolatban a vállalatelmélettel: a

piaci folyamatok elmélete, a vállalkozáselmélet és a beágyazottság-elmélet.

A vállalatelmélet kidolgozása nem történhet elméleti vákuumban. Mivel a vállalat a piacon működik, magatartásának megértése nem képzelhető el anélkül, hogy a piaci folyamatokra vonatkozóan ne rendelkezni elmélettel, és ezt ne alkalmazzuk a vállalatelméletben. A vállalatelmélet ráépül a piaci folyamatok elméletére, amely természetes szövetségese. A piaci folyamatok bekapcsolásának három fontos előnye van a vállalatelmélet szempontjából: (1) a vállalatot mint egy aktort tekinthetjük a folyamatokban, (2) elkülöníthetjük az árrendszer, illetve a vállalat szerepét az egyensúly kialakulásában, (3) mivel a piaci folyamatok elmélete a gazdasági cselekvéseket az időben vizsgálja (Langlois, 1994), így lehetővé teszi a vállalat reális időben történő megragadását.

A piaci folyamatok jelentik a keretet a vállalkozás számára, amelynek megmagyarázása nem képzelhető el a piaci folyamatok negligálása esetén. Azáltal, hogy a vállalatot behelyezzük a piaci folyamatokba, lehetővé válik, hogy a vállalkozást is összekapcsoljuk a vállalatelmélettel.

A piaci folyamatok elmélete és a vállalkozáselmélet úgy tekinthető, mint az érem két oldala (Kirzner, 1973). A vállalatelmélet mindkét elmélet „támogatását” igényli, ebben az értelemben tekintem őket a vállalatelmélet építőköveinek. E kettőhöz – ha elfogadjuk, hogy a vállalat nem ragadható ki a piaci közegből –, társítani kell a beágyazottság-elméletet (Granovetter, 1985) is, hiszen a piaci környezetet részben társadalmi tényezők alakítják.

Az említett három elmélet önálló, de mind szorosan kapcsolódik a vállalatelmülethez. Úgy gondolom, hogy az elméletek kapcsolatai nem egyirányúak, hanem kölcsönös kapcsolatrendszerrel van szó. Ez azt jelenti, hogy nézeteik megfogalmazásakor mindegyik elméletnek támaszkodnia kell a többi három elméletre.

A piac folyamat jellegének elismerése – amely a feltevésekből egyenesen következik – megköveteli, hogy értelmezzük a vállalkozói tevékenységet, hiszen az egyensúlytalan, bizonytalan piaci folyamatok az emberi cselekedeten belül a vállalkozói elem szerepét értékelik fel. Másrészt pedig a piaci folyamatok, amelyek az egyének közti interakciók által formálódnak, egyben társadalmi és személyes kapcsolathálót hoznak létre, amelybe minden egyes egyén tevékenysége beágyazódik. Ez a kapcsolati háló értelemszerűen befolyásolja az egyének gazdasági akcióit. A piaci folya-



matok elismerése tehát természetes módon magával vonja, hogy a beágyazottsággal számoljunk: minden vállalat be van ágyazódva más vállalatok és szervezetek olyan közösségébe, amelyek egymáshoz a piacon kölcsönösen alkalmazkodnak.

### A többdimenziós vállalatelmélet modellje

A modern vállalatelméletek újfajta kritikája nyomán meghatároztam a többdimenziós vállalatelmélet dimenzióit (mag, vállalkozási, piaci és idő dimenziók). A fent leírt feltevések bázisán az egyes dimenziók tartalma az alábbi.

#### (1) Mag dimenzió

A mag dimenzió arra vonatkozik, hogy milyen probléma megoldását segíti elő a vállalat. A szerződéses vállalatelméletek szerint a vállalat azért létezik, mert csökkenti a tranzakciós költségeket és segít megoldani az ösztönzési problémát. Az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet a vállalat lényegét a szétszórta implicit (tacit) tudás koordinálásában és új implicit tudás létrehozásában látja. Mindkét megközelítés tiszta abban az értelemben, hogy kizárólag csak az adott probléma megoldását látja a vállalatban.

Teóriám szerint a vállalat egyidejűleg adhat megoldást a tranzakciós költségek csökkentésére és a senki által a maga teljességében nem birtokolt implicit tudás hatékony használatára. E két feladatot tehát egyszerre oldja meg a vállalat. (Természetesen a két probléma eltérő intenzitással állhat fent konkrét esetekben.) Mire alapozva állítom ezt?

A szubjektív, tökéletlen, bizonytalan és szétszórta tudás feltételezése bázisán – elfogadva azt, hogy minden tevékenység szükségszerűen igényel implicit (tacit) tudást is, amely nem lehet piaci szerződés tárgya (Knight, 1921) – elkerülhetetlen, hogy az implicit (tacit) tudást vállalati, és ne piaci keretben koordinálják. A vállalatnak fontos szerepe van a szétszórta tudás koordinálásában (Foss, 1999), mert kizárólag a piac (az árrendszer) nem képes minden tudást koordinálni. (A piac az explicit tudás koordinálását tudja relatíve jobban elvégezni.) A szétszórta tudás tehát a szubjektív tervek koordinációját követeli meg, és értékesé tesz olyan intézményeket, mint például a vállalat (Malmgren, 1961), amelyek segítik a tervek koordinációját. Látjuk, hogy a tökéletlen, szétszórta tudás életre hívja a vállalatot. (A tudás kapcsán az implicit (tacit) tudásra kell gondolni.)

Bár az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet szerint a vállalat legkritikusabb erőforrása az implicit (tacit) tudás, ennek jelentőségét nem helyes eltúlozni. Az ilyen tudás iránti igény ugyanis nem minden tevékenység esetében dominál, léteznek olyan tevékenységek is, amelyeknél az explicit egyéni tudás a meghatározó. Ez esetben az előző érvet nem lehet felhozni a vállalat létének megokolására. Lennie kell olyan oknak is, amely akkor is magyarázatot ad a vállalat létére, ha az implicit (tacit) tudás iránti igény nem nyilvánvaló.

Abban az esetben is, ha a vállalat tevékenysége nem igényel implicit (tacit) tudást található olyan ok, amely a vállalat létét szükségszerűvé teszi: ez a munkamegosztásból (specializáció) származó előny. Ebből következően az elméleti vállalat többszemélyes struktúra, s létének végső oka a munkamegosztásból származó előnyök felfedezésében áll. A vállalat tehát eredendően többszemélyes termelőegység, mert csak több személy esetében származik a munkamegosztásból előny, és ezt az előnyt az egyéni termelők egy része szükségszerűen fel is fedezi.<sup>4</sup>

A fentiek alapján világos, hogy a mag dimenzió – amely a vállalat által megoldott problémára vonatkozik –, tulajdonképpen a vállalatok létéből kiindulva vizsgál. Az a kérdés, hogy a már létező vállalatnak milyen problémát kell megoldania, a vállalat határaitra vonatkozik. E téren pedig a tudás koordinációja mellett tranzakciós költség megfontolások is szerepet játszanak.

A többdimenziós vállalatelmélet általános jellege megköveteli, hogy a tranzakciós költségeket a szerződéses vállalatelméletek hagyományos (szűk) értelmezésén túl tágabban értelmezzük.

A tranzakciós költség általánosabb érvényű meghatározásának tekintem azt, ha valóban a csere költségének tekintjük, tágan értelmezve a cserét. Azaz a csere nemcsak a piacon történhet, és tárgya nemcsak jószág, hanem tudás, információ stb. is lehet. Ez a meghatározás arra teszi a hangsúlyt, hogy a tranzakciós költség nem a termeléshez, hanem a cseréhez kapcsolódik. Ha így értelmezzük, akkor a szerződéses elméletek hagyományos tranzakciós költségein kívül tartalma két irányban tágítható ki: (1) Az egyik irányban a csere tárgya szerint bővítünk: a tudás centralizálásának, illetve decentralizálásának; a tudás átadásának, illetve megszerzésének költségei is tranzakciós költségek, hiszen a tudás esetében is léteznek cserék. Például egy vállalat licenyszerződés keretében eladja egy termék gyártásának a jogát egy másik vállalatnak, akkor a

hagyományos értelemben vett tranzakciós költségek (a szerződésírás költségei) mellett a licencátvevő megfelelő tudásszintre való felkészítésének költségei is tranzakciós költségek, ahogy ezt Langlois és Robertson (1995) is hangsúlyozták. (2) A másik irányban a csere költségeit a vállalaton belül is értelmezzük. Ennek megfelelően tranzakciós költségnek tekinthető egy multidivizionális vállalat információs rendszerének működtetési költsége is, hiszen a divíziók között információk cseréje történik. Hasonlóképpen tranzakciós költség egy (nem Coase-i értelemben vett) tranzakció vállalaton belüli megszervezésének költsége is, ahogy azt Williamson is gondolja. Ezzel tulajdonképpen azt is mondhatjuk, hogy minden vállalat hordoz piaci jegyeket is, hiszen a vállalaton belül is történnek cserék (javak és tudás, illetve információk cseréje), és ezek költsége is tranzakciós költség. Eme általam használt tágabb tranzakciós költség koncepció akkor esik egybe a hagyományos tranzakciós költség fogalommal, ha a vállalaton belül nincs piac, és a tudás használatának nincs költsége.

Az emberi cselekedet koncepció alapján az emberi magatartás egyidejűleg egy vállalkozói és egy kalkuláción alapuló elemet is magába foglal. Ennek megfelelően az előre látható és valószínűsíthető tranzakciós költségek csökkentése ugyanúgy része a kalkuláción alapuló magatartásnak, mint például az adott output előállítás (termelési) költségének csökkentése. Mivel a tranzakciós költségek előre látása ismétlődő szituációkban, adott cél-eszköz struktúrában belül (rövid táv) lehetséges, így a tranzakciós költség megfontolások elsősorban ezekben az esetekben játszanak szerepet. Új cél-eszköz rendszer felállítása esetén (hosszú táv), amelyet strukturális bizonytalanság jellemez, a tranzakciós költségekre vonatkozóan sem lehet valószínűségi becslést alkalmazni. Ilyenkor, mivel nem lehet kalkulálni, a tranzakciós költség megfontolások is háttérbe szorulnak, de ez nem jelenti azt, hogy a tranzakciós költségek ne léteznének.

## (2) Vállalkozási dimenzió

A vállalkozási dimenzió szerint az aktorok (vállalat) magatartásában mindig fellelhető a széles spektrumú vállalkozói tevékenység valamely fajtája, a vállalkozás az egyén (vállalat) immanens része. A többdimenziós vállalatelméletben az emberi cselekedet feltevésén – a piaci és a belső vállalkozás<sup>5</sup> megkülönböztetésével – a vállalkozás olyan értelmezése válik lehetővé, amely a lehető legtágabb értelemben, megszorítások nélkül ragadja azt meg.

Az emberi akciók több jellemzővel írhatók le: a bizonytalanság természete; az idő természete; az újdonságok és a komplexitás foka; a határozatlanság mértéke. Ezek a jellemzők adják azt a keretet, amelyben a vállalkozás is meghatározható. Nem lenne szükség vállalkozói magatartásra, ha az egyén tudása tökéletes vagy valószínűsíthető lenne, azaz parametrikus bizonytalanság állna fent, ha nem merülnének fel újdonságok, egyszerű, zárt környezetben lennének, és választásunk tárgyai tökéletesen determináltak és objektívek lennének. (Ez a keret jellemzi a szerződéses vállalatelméleteket.) Tekintettel arra, hogy ilyen feltételek nem állhatnak fent, mert a tudás tökéletlensége és szétszórtsága kizárja azt, ezért vállalkozói magatartásra mindig szükség van. A vállalkozást végső soron a tudáshiány teszi szükségessé.

Bár minden szituációban – eltérő intenzitással, de – szükség van az egyén magatartásában a vállalkozói elemre, az ezek eredőjeként megnyilvánuló piaci vállalkozás leginkább komplex helyzetekben, nyitott, dinamikus, strukturálisan (de nem korlátlanul) bizonytalan világban, korlátozott determináltság esetén, tökéletlen tudást, szubjektívizmust és reális időt feltételezve jelenti a vállalati magatartás adekvát formáját.

A vállalkozói elem is a tevékenységek viszonylag széles spektrumát foglalja magába, mivel a piaci vállalkozást meghatározó jellemzők különböző mértékben fordulhatnak elő és kombinálódhatnak. A vállalkozás tehát nem jelent homogén tevékenységet, sok fajtája lehet, kezdve a kevésbé kreatív tevékenységektől (arbitrázs) egészen az innovációig (Harper 1996).

Az a tény, hogy a piaci vállalkozás nem homogén, kiinduló feltevéseinkből is levezethető. Az emberi cselekedet koncepció talaján elfogadott szubjektíven korlátozott racionalitás szoros kapcsolatban áll a tudással. A tudás befolyásolja az aktorok magatartását, de mivel szubjektív módon szétszórta, ezért adott szituációban a különböző egyének magatartása eltérő lesz. Ez azt jelenti, hogy az emberi cselekedeten belül a hatékonyságkereső és a vállalkozói elem nem azonos módon jelenik meg.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a vállalkozás elválaszthatatlan a vállalattól, a vállalati magatartás immanens része, sőt a vállalat lényege sem érthető meg nélküle. Tekintettel arra, hogy a bizonytalanság mértéke – amely legyőzésének egyik eszköze a vállalkozás – szubjektív megítélés tárgya, a vállalkozás is sokféle, eltérő erősségű formában létezhet.

### (3) Piaci dimenzió

A piaci dimenzió alapján a vállalat nem érhető meg a piac bekapcsolása nélkül, mivel a vállalat és a piac helyettesítői, de kiegészítői is egymásnak. Coase (1937) nyomán a modern vállalatelméletek, beleértve az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletet is, a piac adottsága mellett akarják a vállalatot megérteni, azaz a magyarázatba a piacot nem kapcsolják be. A két vállalatelméleti ág érvelése azonban különböző: a szerződéses elméletek a vállalat megmagyarázásában referenciaként kezelik a piacot, míg a másik vállalatelméleti ág nem is utal a piacra, egyszerűen külső adottságként kezeli azt.

A szerződéses elméletek kétféle álláspontot tükröznek. A szerződések nexusa elmélet a piac és a vállalat között nem tesz különbséget, a vállalatot is a piac egyik formájának tekinti. Coase (1937) és Williamson (1985) viszont azt feltételezve kezdik el a vállalatok elemzését, hogy a gazdasági szervezet alaptípusát a piac jelenti. Szerintük „kezdetekben volt a piac” (Williamson 1975:20), és a vállalat csak később emelkedik ki. Mindketten alternatív allokációs mechanizmusnak tekintik a két intézményt. Coase (1937) számára a vállalat lényege az árrendszer elnyomása. Az a kérdés, hogy miért létezik a vállalat, azonossá vált azzal a kérdéssel, hogy miért nem az árrendszer koordinálja a termelést.

Véleményem szerint azt az anti-Coase-i kérdést is fel lehet tenni, hogy miért létezik a piac. Sőt Loasby (1999:87) szerint Coase (1937) eredendően rosszul tette fel a kérdést: nem azt kell megmagyarázni, hogy miért léteznek vállalatok, amelyek csökkentik a piaci tranzakciós költségeket, hanem a vállalatot kell felhasználni a piac megmagyarázásában.

E fenti dilemma a piac és a vállalat egymáshoz való viszonya kapcsán is jelzi, hogy a vállalatot nem lehet úgy megmagyarázni, hogy az érvelésből kihagyjuk a piacot. Tisztázni kell – legalábbis elviekben – a piac és a vállalat viszonyát. Nem az a kérdés, hogy melyik létezett előbb, ez valószínűleg tyúk vagy tojás probléma. El kell ismerni, hogy a vállalat és a piac elválaszthatatlanul együtt élnek, létezésük korrelációban áll. Elfogadom azt a nézetet, hogy a vállalat és a piac is javak (Loasby, 1999:112), és nem természetes adottságok. Nyilvánvaló, hogy e két „jószág” között hasonlóságok, de generikus különbségek is léteznek. Ezeket kell feltárni.

Ha a vállalatot kizárólag a piac értelmében definiáljuk, ahogy azt Coase és Williamson teszik, akkor nem tudunk olyan attribútumot tulajdonítani neki, amely megkülönböztetné őt a piactól. De ha a vállalat természete nem eredeztethető a piacból, akkor mi a kapcsolata azzal?

Az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelmélet, miközben adottságként kezeli a piacot, hangsúlyozza, hogy a vállalatnak más képességei (is) vannak, mint a piacnak, azaz a két intézmény komplementer.

Egyik vállalatelméleti ág piac-vállalat koncepciója sem megfelelő, azaz nincs piaci dimenziójuk. Álláspontom szerint a piac és a vállalat részben helyettesítik egymást, de azt is fontos elismerni, hogy ki is egészítik egymást.

#### *Milyen téren érvényesül közöttük a helyettesítés?*

- (1) Mindkettő a tudáshiánnyal való megküzdés eszköze. A tudáshiány leküzdésének legalapvetőbb módja a tanulás. A piac és a vállalat is lehetővé teszi a tanulást, de más-más fajtáját támogatja.
- (2) A vállalat és a piac is eszközök a jövőbeli tranzakciók létrehozására és megőrzésére, tulajdonképpen a tranzakciók megszervezésének alternatívái, ahogy Coase és Williamson (1985) is gondolják.<sup>7</sup>
- (3) Hayek (1937, 1945) nyomán a piac és a vállalat szintén alternatívák lehetnek, de nem a tranzakciók megszervezése, hanem a szétszórta tudás koordinálása terén.<sup>8</sup>
- (4) A piac és a vállalat is azonos „anyagból” vannak, nevezetesen képességekből (Langlois 1994).

#### *Milyen téren különbözik a piac és a vállalat?*

- (1) A piac képviseli a hatékonyság elérésének (a létező tudás használatának) mechanizmusát, a vállalat pedig az új tudás létrehozásának elsődleges forrása (Loasby 1999:127). A piac a hatékonyság elérése, a vállalat pedig az új tudás létrehozása terén rendelkezik komparatív előnnyel. A piac hatékonysága elsősorban az implicit (tacit) tudás termelése, tárolása és használata terén marad el a vállalat hatékonyságától.
- (2) A vállalatnak szüksége van a piacra, hiszen minden vállalat függ más vállalatok (például a szállítók) képességeitől is. A piac biztosítja azt, hogy mások képességeihez hozzáférjünk. Ezen kívül a vállalatoknak azért is szükségük van a piacra, mert nagyszámban bonyolítanak le tranzakciókat. A piac viszonya a vállalathoz azonban más síkon határozható meg, nem úgy merül fel a kérdés, hogy szüksége van-e a piacnak a vállalatra: a piac csupán a már létező vállalatok közötti kapcsolatot jelenti, azaz a piaci kapcsolatok összekötik a vállalatokat.
- (3) A vállalat és a piac különböző mértékben következményei az egyéni terveknek. A vállalat

hayeki értelemben „tervezett rend”, a piac pedig „spontán rend” (Hayek, 1973). Ennek következtében a szervezetek az alábbiakban különböznek a piactól: (1) A szervezetek formális megállapodáson alapulnak, amelyekben az önkéntesség fontos elem. (2) A hierarchia korlátozza az egyének magatartását a szervezetben. (3) A szervezetekben a koordináció tudatos. (4) A szervezetekben kooperációra is szükség van.

- (4) Létezik olyan viszony, a foglalkoztatás, amely csak a vállalatban belül értelmezhető. A foglalkoztatás ugyanis nem jelenti a tranzakció internalizálását, mivel a foglalkoztatási viszony csak a legelső momentumában, az egyén vállalathoz való csatlakozásakor szerződés (Pitelis, 1993:56.). Nincs tehát értelme vállalatban belüli és piaci foglalkoztatásról beszélni, az természetesen vállalatban belüli dolog.
- (5) A vállalat fontos jellemzője, hogy képes a tudással és az információval takarékoskodni. Ez azzal kapcsolatos, hogy a vállalat szabályokat követ (Langlois, 1992).
- (3) A vállalat és a piac különböző dolgok, mert a vállalat tervez is. A tervezésre a vállalkozónak van szüksége koncepciója megvalósításához. A vállalkozó éppen azért hozza létre a vállalatot, hogy a piaci bizonytalanság egy részét kiiktassa, s ebben segíti a tervezés<sup>9</sup>.

A fentiek alapján a vállalatot nem lehet úgy prezentálni mint egyszerű piacot helyettesítő vagy szimuláló intézményt, a vállalat mint olyan nem származtatható a piacból, és nem lehet lényege az árrendszer elnyomása. A vállalat adott helyzetekben különböző mértékben válhat hasonlónak a piachoz. De probléma fordítva is felmerül: a piac adott helyzetekben különböző mértékben hasonlíthat a vállalathoz. Sem a piac, sem a vállalat nem referencia, a vállalat is bizonyos mértékig piacszerű, ahogy a piac is vállalatszerű. Egyik sem érthető meg a másiktól elválasztva, egyidejűleg kölcsönösen meghatározzák egymást. A helyettesítés és a kiegészítés egyszerre áll fent a két intézmény között, de adott helyzetekben eltérő intenzitással.<sup>10</sup>

#### (4) Idő dimenzió

Az idő dimenzió arra vonatkozik, hogy a vállalatot adott feltevések bázisán, adott magyarázó apparátussal rövid (adott cél-eszköz struktúra) és hosszú távon (változó cél-eszköz struktúra) is meg lehet magyarázni. A rövid és hosszú táv elkülönítése szokásos a közgazdasági elméletekben. A vállalatelméletnek is kezelnie

kell az időtávok problémáját. Az idő dimenzió bevezetése a vállalatelméletbe azt jelenti, hogy a vállalatot rövid és hosszú távon egyaránt meg tudjuk magyarázni ugyanazon feltevések alapján, ugyanazzal a magyarázó apparátussal. Ehhez a vállalkozási, a mag és a piaci dimenzió kapcsán tett megállapításoknak olyanoknak kell lenniük, hogy mindkét időtáv tekintetében értelmezhetővé tegyék a vállalatot. Korábban már hangsúlyoztam, hogy a modern vállalatelméletek egydimenziós jellege abban nyilvánul meg, hogy a vállalatot csak az egyik időtáv tekintetében tudják megragadni. Ebből közvetlenül következik, hogy eltérő érveket és magyarázó apparátust használnak az adott időtáv esetében. Ha általános jellegű megközelítést alkalmazunk (adott feltevérendszerre építkezve) – amely a többdimenziós keretben valósítható meg –, az idő dimenzió tulajdonképpen automatikusan megjelenik.

#### A vállalatelméleti kérdések módosítása

A többdimenziós vállalatelmélet a vállalat általánosabb elmélete, melynek a modern vállalatelméletek speciális esetei. Ebből következően a hagyományos vállalatelméleti kérdések általános verziói is megfogalmazhatóak.

A szerződéses vállalatelméletek rövid, míg az evolúciós-kompetencia-alapú elmélet hosszú távon képes a vállalat magyarázatát nyújtani, s mint ilyenek a többdimenziós vállalatelmélet speciális esetei.

A többdimenziós vállalatelmélet kidolgozása kapcsán új megvilágításba kerülnek a szerződéses elméletek által megfogalmazott, és a vállalatelmélet nagy problémáinak tekintett kérdések is. A hagyományos vállalatelméleti kérdések (miért léteznek vállalatok, mi determinálja a vállalat határait, mi határozza meg a belső szervezetet) statikus kérdések. Rathe és Witt (1999) dinamizálják ezeket a kérdéseket. Ezt tartalmazza a 2. táblázat.

A két szerző az általuk módosított három vállalatelméleti kérdést mereven szembeállítja a hagyományos kérdésekkel. Ők a funkcionalista vállalatelmélettel szemben – amely alatt nem gondolhatnak másra, mint a szerződéses vállalatelméletekre, bár ezt nem teszik egyértelművé – a fejlődési vállalatelmélet javaslatával az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletet támogatják. Ily módon megmaradnak az egydimenziós megközelítésnél, hiszen a vállalat megmagyarázásában kizárólag a fejlődést biztosító tényezők (tudás, kompetencia) szerepét vizsgálják. Kérdéseiket a szerződéses elméletekkel szemben, azok kritikájaként mutatják be. Én viszont az alábbiakban megvilágítom,

A vállalatelméleti kérdések dinamizálása

	Hagyományos (statikus) vállalatelméleti kérdések	Dinamikus vállalatelméleti kérdések
1. kérdés	Miért léteznek vállalatok?	Milyen folyamat vezet az új vállalatok létrehozásához?
2. kérdés	Mi determinálja a vállalat határait?	Hogyan fejlődik együtt a piac és a vállalat?
3. kérdés	Mi határozza meg a belső szervezetet?	Milyen szabályosságok léteznek a belső szervezet fejlődésében, és mitől függ, hogy melyik utat választja a vállalat?

feloldva a hagyományos és a dinamizált kérdések feszültségét, hogy kérdéseik – bár ők ezeket nem e szándékkal fogalmazták meg – valójában a többdimenziós vállalatelmélet kérdései.

Önmagában az a tény, hogy a hagyományos vállalatelméleti kérdések mellé azok dinamikus változatait is felsorakoztatjuk, az idő múlásával való számolást vonja magával. Mindhárom új kérdés utal tehát az idő dimenzióra: a változások, folyamatok csak akkor értelmezhetőek, ha számolunk az idő múlásával.

Az idő dimenzió mellett a vállalkozási és a piaci dimenzió bekapcsolása is szükséges a dinamizált vállalatelméleti kérdések megválaszolásához. Az első kérdés a vállalkozói dimenzió problémája, mivel a vállalatok valamely vállalkozói gondolat köré szerveződnek, s létrehozásukban a vállalkozónak van kulcsszerepe. A második kérdés a piac-vállalat dichotómiára vonatkozik, s így a piaci dimenzió beépítésének szükségességét veti fel. A harmadik dinamizált kérdés a vállalkozói és a mag dimenziók segítségével válaszolható meg, hiszen a belső szervezet alakulására a vállalkozó és a vállalat által megoldott probléma természete hat.

Ily módon a többdimenziós vállalatelmélet a statikusan megfogalmazott vállalatelméleti kérdések által negligált aspektusokkal is számol. Mindez azt jelenti, hogy kiszélesíti magukat a vállalatelméleti kérdéseket is. Első ránézésre talán furcsának tűnhet, hogy egy elmélet felvázolása után adjuk meg azokat a kérdéseket, amelyekre az választ ad. A többdimenziós vállalatelmélet esetében azonban nem áll fent ellentmondás: az elmélet kiinduló kérdései ugyanis csak megközelítési módjukban és nem tartalmukban különböznek az elmélet kidolgozása után leszűrhető kérdésektől. Éppen az vezetett az eredeti kérdések dinamizálásához, hogy a többdimenziós megközelítés kitágította perspektívánkat.

A fentiek fényében tehát a hagyományos vállalatelméleti kérdések dinamizált változatait javasolom használni. Nem arról van szó, hogy a hagyományos kérdé-

seket el kellene vetni, azok is releváns kérdések, de csak adott cél-eszköz-környezet struktúrában. Ha a cél-eszköz-környezet változik, a dinamikus kérdésekre adott válaszok magyarázzák meg a vállalatot. Tulajdonképpen a dinamizált kérdések magukba foglalják és kibővítik a hagyományos kérdéseket, így azokat nem vetjük el, ha a módosított kérdéseket tekintjük relevánsoknak. Az a tény, hogy a tudomány által vizsgált kérdések a tudomány fejlődése során módosításra vagy finomításra szorulnak, teljesen természetesnek tekinthető.

Irodalom

Alchian, A. A. – Demsetz, H. (1972): Production, Information Cost, and Economic Organization. *American Economic Review* 62:777-795.

Casson, M. (1997): *Information and Organization*. Oxford: Oxford University Press

Coase, R. H. (1937): The Nature of the Firm. Megjelent: Williamson, O. E. – Winter, S. G. (szerk.): *The Nature of the Firm. Origins, Evolution, and Development*. Oxford University Press, New York, Oxford. 1991

Eliasson, G. (1990): The Firm as a Competent Team. *Journal of Economic Behavior and Organization* 13:275-298.

Foss, N. J. (1993): Theories of the Firm: Contractual and Competence Perspectives. *Journal of Evolutionary Economics* 3. 1:127-144.

Foss, N. J. (1994): Why Transaction Cost Economics Needs Evolutionary Economics. *Revue d'économie industrielle* 68. 2:7-26.

Foss, N. J. (1999): The Use of Knowledge in Firms. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 155. 3:458-486.

Granovetter, M. (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91:481-510.

Harper, D. (1996): *Entrepreneurship and the Market Process: An Inquiry into the Growth of the Knowledge*. London: Routledge

Hayek, F. A. (1937): *Economics and Knowledge*. Megjelent: *Individualism and Economic Order*. London: Routledge and Kegan Paul. 1976. pp. 33-56.

- Hayek, F. A. (1945): *The Use of Knowledge in Society*. Megjelent: *Individualism and Economic Order*. London: Routledge and Kegan Paul. 1976. pp. 77-91.
- Hayek, F. A. (1973): *Law, Legislation and Liberty*. Vol. 1.: *Rules and Order*. Chicago: Chicago University Press
- Hicks, J. R. (1976): *Some Questions of Time in Economics*. Megjelent: Hicks, J. R.: *Collected Essays on Economic Theory*. Vol. II. Oxford: Oxford University Press. 1982. pp. 282-300.
- Hodgson, G. M. (1998): *Competence and Contract in the Theory of the Firm*. *Journal of Economic Behavior and Organization* 35:179-201.
- Jonavonic, B. (1982): *Selection and the Evolution of Industry*. *Econometrica* 50. 3:649-659.
- Ioannides, S. (1999): *Towards an Austrian Perspective of the Firm*. *Review of Austrian Economics* 11. 1-2:77-97.
- Kapás, J. (1999): *Egy új vállalatelmélet: erőforrás-alapú megközelítés. Összefoglalás és diagnózis. Vezetéstudomány* 2:35-43.
- Kapás, J. (2000a): *A tranzakciós költségek tana a vállalatelméletben. Vezetéstudomány* 7-8:10-24.
- Kapás, J. (2000b): *A vállalatelméletek általánosítása: többdimenziós vállalatelmélet. Doktori értekezés. Miskolci Egyetem*
- Kapás, J. (2001): *Piac és/vagy vállalat? A piac-vállalat dichotómia feloldása a többdimenziós vállalatelmélet keretében. Vezetéstudomány* 9:2-11.
- Kirzner, I. M. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press
- Knight, F. H. (1921): *Risk, Uncertainty, and Profit*. Reprint 1964. New York: Augustus M. Kelley
- Langlois, R. N. (1986): *Rationality, Institutions, and Explanation*. Megjelent: Langlois, R. N. (szerk.): *Economics as a Process: Essays in the New Institutional Economics*. New York: Cambridge University Press
- Langlois, R. N. (1992): *Orders and Organizations: Toward an Austrian Theory of Societal Institutions*. Megjelent: Caldwell, B. – Boehm, S. (szerk.): *Austrian Economics: Tensions and New Directions*. Boston: Kluwer. pp. 165-192.
- Langlois, R. N. (1992): *Transaction Cost in Real Time*. *Industrial and Corporate Change* 1. 1:99-127.
- Langlois, R. N. (1994): *Do Firms Plan?* Paper for the Conference „Frontieres de la firme” January 28, 1994. Lyon. France
- Langlois, R. N. – Robertson, P. (1995): *Firms, Markets, and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions*. London: Routledge
- Loasby, B. J. (1999): *Knowledge, Institutions and Evolution in Economics*. Routledge. London and New York
- Malmgren, H. B. (1961): *Information, Expectations, and the Theory of the Firm*. *Quarterly Journal of Economics* 75:399-421.
- Marengo, L. (1992): *Coordination and Organizational Learning in the Firm*. *Journal of Evolutionary Economics* 2:313-326.
- Marengo, L. (1995): *Structure, Competence, and Learning in Organizations*. *Wirtschaftspolitische Blätter* 6:454-464.
- Marschak, J. – Radner, R. (1972): *The Theory of Teams*. New Haven: Yale University Press
- Ménard, C. (1995): *Markets as Institutions versus Organizations as Markets? Disentangling some Fundamental Concepts*. *Journal of Economic Behavior and Organization* 28:161-182.
- Mises, L. (1949): *Human Action: A Treatise on Economics*. Third Revised Edition. Contemporary Books, Inc. Chicago. 1963
- Nelson, R. R. – Winter, S. G. (1982): *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press. Cambridge. London
- O'Driscoll, G. P. – Rizzo, M. (1985): *The Economics of Time and Ignorance*. Oxford: Blackwell
- Pelikan, P. (1988): *Economic Competence as a Scarce Resource – An Essay on the Limits of Neoclassical Economics and the Need for an Evolutionary Economics*. IUI Working Paper No. 191. Stockholm
- Pitelis, C. N. (1993): *On Transactions (Costs) and Markets and (as) Hierarchies*. Megjelent: Piteleis, C. (szerk.): *Transaction Costs, Markets and Hierarchies*. Oxford: Basil Blackwell. pp. 262-276.
- Rathe, K. – Witt, U. (1999): *The „Nature” of the Firm – Functional vs. Developmental Views*. Paper for the Workshop on Austrian Economics and the Theory of the Firm, Copenhagen, August 16-17, 1999.
- Richardson, G. B. (1972): *The Organisation of Industry*. *Economic Journal* 82. 327:883-896.
- Shackle, G. L. S. (1972): *Epistemics and Economics: A Critique of Economic Doctrines*. Cambridge: Cambridge University Press
- Teece, D. J. – Rumelt, R. – Dosi, G. – Winter, S. G. (1994): *Understanding Corporate Coherence. Theory and Evidence*. *Journal of Economic Behavior and Organization* 23:1-30.
- Williamson, O. E. (1975): *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: The Free Press
- Williamson, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: The Free Press

### Lábjegyzetek

- 1 A kutatások elsősorban az alábbi problémákra terjednek ki: tanulás, innováció, szelekciós mechanizmus. Lásd: Marengo (1992, 1995), Jovanovic (1982).
- 2 A kritikák döntő többsége a tranzakciós költségek elméletére vonatkozik, ennek megfelelően az újabb elméleti továbbfejlesztések is ezt az elméletet igyekeznek „megjavítani”. Lásd erről részletesen: Kapás (2000a).
- 3 A vállalatelméletek eme ága nem tekinthető egy homogén, kiforrott elméletnek, inkább csak több elmélet egy irányba mutató nézeteiről van szó. Nézetem szerint az alábbi elméleti összetevőkből „gyúrható” össze ez a vállalatelméleti ág: evolúciós közgazdaságtan (Nelson és Winter, 1982), kompetencia-elmélet (Pelikan, 1988; Eliasson, 1990), erőforrás-alapú elmélet (ennek összefoglalását lásd: Kapás, 1999), modern osztrák közgazdasági iskola (Hayek, 1945; Kirzner, 1973), a vállalat mint

- információ-feldolgozó egység koncepciója (Marschak és Radner, 1972).
- 4 Meg kell jegyezni, hogy a piacon is kifejlődhet a specializáció. A specializációból származó előny kiaknázása azonban koordinációt igényel a felek között. Ezt a koordinációt a piac nem tudja úgy elvégezni, hogy abból minden résztvevőnek szükségszerűen előnye származzon, ugyanis ha az árak koordinálják a specializált tevékenységeket, akkor egyes résztvevők „kizsákmányolhatják” a többieket. Tehát a közeli komplementer tevékenységek végzése megköveteli a vállalati keretet. Ezzel eljutottunk Richardson (1972) nézetéhez, csak más lo-gika vezetett ide.
  - 5 A belső vállalkozásról lásd: Ioannides (1999).
  - 6 A piac-vállalat dilemmáról és a piaci dimenzió tartalmáról részletesebben lásd: Kapás (2001).
  - 7 A Coase-Williamson-féle érveléssel, miszerint a piac és a vállalat a tranzakciók megszervezésének alternatív módjai, nem az a probléma, hogy ne lenne igaz, hanem az, hogy nem kizárólag ebben áll a kapcsolat közöttük.
  - 8 Ez a nézet közvetlenül Hayek nézeteiből nem következik, sőt írásaiból ennek ellenkezője olvasható ki. A többdimenziós vállalatelmélet megközelítésében más kontextusba is áthelyezhetőek az eredeti hayeki nézetek, így juthatunk arra a megállapításra, hogy a szétszórt tudás koordinációját a vállalat is elvégezheti.
  - 9 Tervezés alatt e helyen nem csupán a formális, explicit tervek kidolgozását kell érteni. A terv implicit formában is létezhet a vállalat tagjainak fejében.
  - 10 Ménard (1995) megállapítása – mely szerint a piac és a vállalat között végtelen átmenet lehetséges – valójában a piac és a vállalat különböző kombinációkban megvalósuló helyettesítő és kiegészítő viszonyára vonatkozik. A piaci dimenzió beépítése a vállalatelméletbe éppen azt jelenti, hogy feltárjuk, milyen téren helyettesíti, illetve egészíti ki egymást e két intézmény. Álláspontomból az is következik, hogy nincs szükség harmadik kategória, például a williamsoni hibrid intézmény bevezetésére.