

Termékek és szolgáltatások kombinációja a csúcstechnológia szintjén

- absatzwirtschaft, 97/8 -

A jövőbeli struktúraváltás nem azt jelenti, hogy az ipar háttérbe szorul a szolgáltatásokkal szemben, hanem azt a tendenciát, miszerint a termékeket megfelelő szolgáltatásokkal kapcsolják össze. Az értékesítés sikere nagy mértékben attól függ, hogy mennyire sikerül intelligens módon kombinálni a magas technológiai színvonalú ipari termékeket és a hasonló paraméterű, kiegészítő szolgáltatásokat. Dr. Klaus Mangold a Daimler-Benz Inter-Services AG elnöke válaszolja fel a stratégiai kihívásokat és lehetőségeket a világ termék/szolgáltatás piacain.

Az iparnak szüksége van a szolgáltatásokra és viszont

Az a kérdésfeltevés, miszerint Németország jövője az ipar, a szolgáltatás vagy az információs-társadalom függvénye, alapvetően hibás. Hiszen ezek a területek nemcsak egymást kizárva működhetnek, hanem egymás mellett is. A német gazdaságnak ugyanúgy kell támaszkodnia az innovatív iparra, mint a dinamikus szolgáltatási szektorra.

Az értékesítés sikere Németországban a nagy jelentőségű beruházási javak piacán mindekelőtt az ún. rendszerkínálat-alapozható meg, azaz a nagy szériában, költségtakarékosan előállított késztermékekkel, amelyek összekapcsolhatók olyan kiegészítő szolgáltatásokkal, amelyek vagy megelőzik, vagy kísé-

rik, vagy követik az eladást. Ennek nagy részét természetesen az ipari szektoron belüli szolgáltatások teszik ki, ezáltal Németországban a vállalkozásközei szolgáltatások termelési potenciálja még kihasználatlan. Például a külső számítástechnikai szolgáltatások felhasználásával ki lehet zárni azokat a gyakorlati hiányosságokat, melyek olyan területeken jelentkeznek, melyek a vállalkozás fő tevékenységi területén kívül esnek, ezzel csökkenteni lehet a kockázatot; valamint lehetőség nyílik partnervállalat keresésére is. Ezek a szolgáltatások további előnyöket is garantálnak, így például innovációt lehet végrehajtani anélkül, hogy fel kellene építeni és fenn kellene tartani a saját alkalmazotti kört az adott területen. Ez a lean-production és a lean-management jelszava, amely búcsút vesz a túlerőltetett (Csináld magad) mentalitástól. A szolgáltatások vizsgálata hozzátartozik a menedzsment állandó optimalizálási feladatához abból a szempontból, hogy mit végezzenek el maguk, ill. mit végeztessenek el külső vállalkozókkal. Ha ezt a foglalkoztatás szempontjából vizsgáljuk, akkor úgy fogalmazhatjuk meg, hogy az ipar esetében egy specifikus, a gyártást is magába foglaló szolgáltatási területről beszélhetünk.

Ha azt kérdezzük, hogy mi a fontosabb, a termék, vagy a szolgáltatás, akkor a helyes válasz a következő: a szolgáltatás maga a termék.

A szolgáltatás a foglalkoztatás motorja ma és holnap egyaránt

Az összefüggés az új munkahe-lyek teremtése és a szolgáltatások fejlődése között közismert. A termelési- és a vállalkozói szolgáltatások túlkeresettek lesznek, ez a helyzet elsősorban néhány foglalkozási csoportnak kedvez. Így például előnyt fognak élvezni a vállalkozási- és adótanácsadók, az építészek, a tanácsadó mérnökök, a marketing- és reklámszakemberek, a formatervezők és a szoftverfejlesztők.

A harmadik szektor foglalkoztatáspolitikai jelentősége óriási, hiszen itt teremődik a legtöbb új munkahely. Az Amerikai Egyesült Államok áll az első helyen ebben a tekintetben, hiszen Clinton első négy éves kormányzása idején az újonnan foglalkoztatottak 70%-a dolgozott a szolgáltatás szektorban, miközben az összes, idesorolható munkavállaló kétharmada igen értékes, évi 30.000 dollárt jövedelmező tevékenységet végzett.

Hol „egyenlít” Európa ezen a területen? Hol vannak nálunk a Bill Gates-ek, a Netscape és mások, amelyek elbűvölik a fiatal munkavállalókat?

A szolgáltatások új mentalitást kívánnak meg

Németországban hiányzik a kiforrott szolgáltatási kultúra. En-

nek oka a legyőzhető mentalitásbeli hiányosságokban rejlik. Prof. Dr. Roman Herzog, az ország elnöke ezt a következőképpen fogalmazta meg: „A német érdekes nép, mert a gépeket örömmel szolgálják, de lefagy arcukról a mosoly, ha emberekkel kell foglalkozniuk.”

A szolgáltatás szolgálatot és teljesítményt jelent, ha valaki ezt nem érti, akkor nem lehet sikeres ezen a piacon.

A német iskolarendszer jó alapot ad ehhez az új mentalitáshoz, de az egyetemi képzés már nem megfelelő. A képzés túlzottan iparorientált és nem a szükségletnek megfelelő. Minél előbb meg kellene teremteni a képzést az informatika és az új médiumok területén. Sok szolgáltatás kínál a vállalkozás folytatásához megfelelő alapot. Ehhez kevés saját tőke, de erős személyorientáció szükséges.

A szolgáltatókat a következő jellemzőkről lehet megismerni:

- *Tudásintenzitás* – az alacsony tőkeintenzitással szemben
- *Nemzetköziség*, amely azt jelenti, hogy az eddig helyi piacokra orientálódott szolgáltatók a világméretű információs hálózat által erős versenyhelyzetnek lesznek kitéve.
- *Rugalmasság* – a csekély tőkebefektetés mellett az erős, nemzetközi verseny megköveteli a nagy mozgékonytságot.
- *Individualitás* – a szolgáltatók erősen személyorientáltak és individualisták lesznek.

Az új médiák több lehetőséget kínálnak, mint kockázatot

A mai szolgáltató társadalom egy modern, rugalmas, innova-

tív infrastruktúrára támaszkodik. A világot átfogó hálózat, információs sztráda fog dönteni Németország jövőjéről a szolgáltatások területén. A multimédia szolgáltatások jelentik a kihasználatlan kapacitások, a növekedés lehetőségét, ezáltal szerfelett jelentős gazdasági és foglalkoztatási tényező lesz ez a szolgáltatási ágazat; egyúttal megteremti az együttes növekedés feltételét.

A gazdasági életben az eredményes munkához a megfelelő információnak, a megfelelő időben és helyen, megfelelő állapotban rendelkezésre kell állnia. A kommunikációképesség dönt jövőnkéről, ezáltal az információ válik a jövő valutájává. A hihetetlenül gyors információáramlás lehetővé teszi a fejlesztési-, termelési- és elosztási ciklusok lerövidítését; az időbeli és térbeli korlátok lebontását. Ez a mérhetetlen fejlődési tendencia szinte az egész gazdaságra jellemző. Az információgazdaság jelenleg a világ leggyorsabban növekvő ágazata az idegenforgalom mellett. Európában Németország áll az első helyen ebben az új ágazatban és ez a tendencia várhatóan tovább fog erősödni.

A szolgáltatás jövője a globális versenyben

A legfrissebb gazdasági jelentések szerint a világgazdaság 80-as évek közepétől meginduló globalizációja magával hozta a szolgáltatások fejlődését. Ebből kiindulva megállapítható, hogy Németország minél előbb végrehajtja a szerkezeti váltást, annál kevesebb foglalkoztatási és növekedési problémája lesz. A szolgáltatási szektor globalizációja már felismerhető például a légi közlekedés, a telekommunikáció, az üzleti szolgáltatások és a reklám területén. Az eddig csekély mértékű verseny felerősödik és a versenyzők igen eltérő esélyekkel indulnak ebben a küzdelemben. Németország stabil demokráciájával, megbízható jogrendszerével, kiépített infrastruktúrájával és a népesség magas képzettségi szintjével jó esélyekkel indul ebben a kiterjedt versenyben. A gazdaság európai egységesítése és globalizációja, a növekedési lehetőségek, a versenyképesség, Németország sikere lényegében attól függ, mennyire sikerül összekapcsolni a fejlett technológiájú ipari termékeket és szolgáltatásokat.

Kovács Eszter

HALÁSZ

BIZTONSÁGTECHNIKAI ÉS KERESKEDELMI KFT.

1143 Budapest, Gizella út 42-44.

Telefon: 163-30-23, 183-2933. Fax: 183-29-33

ÜZLET ÉS BEMUTATÓTEREM

1055 Budapest, Bajcsy-Zsilinszky út 78.

Telefon: 112-7480/114-es mellék