

Innovatív vállalkozás menedzsment

1. előadás

Gábor Miklós
mgabor@inf.elte.hu

- szélesebb értelemben vett technológiai területhez kapcsolódó vállalkozási lehetőségek feltárásának, megismerésének elősegítése
- olyan áttekintés, amely nemcsak saját vállalkozás indítása esetén, hanem egy szervezet munkavállalójaként, vezetőjeként is hasznosítható és „előhívható” menedzsment ismereteket biztosít
- vállalkozások indítását befolyásoló hazai és nemzetközi üzleti környezet megismertetése nem csak innovatív vállalkozások indítását célozva, hanem innovatív projekteken, szervezetekben és szervezeti egységben való működés ösztönzését elősegítendő
- hallgató megismerje az innovatív gondolkodásra épülő módszereket, tudjon innovatív ötletek keretrendszerében gondolkozni
- későbbi munkavállaló nagyvállalaton vagy nagy szervezeten belül is tudjon és merjen ötletekben, újításokban gondolkozni
- megismert elméleti háttér elmélyítése közös elemzések, gyakorlati feladatok és esettanulmányok révén
- aktív egyéni és csoportmunkára, valamint kreatív módszerekre épülő tanulás

Gazdaság - erőforrások

- Szükségletek kielégítésére előállított, megtermelt javakat termelési tényezőkkel, erőforrásokkal lehet előállítani.
- Az erőforrások eltérő mennyiségben és összetételben találhatók az egyes országokban, ezért különböző megoldások jöttek létre, hogy a szükségleteket kielégítsék

Erőforrások

Emberi erőforrás (humán tőke)	Természeti erőforrások		Tőkejavak	Vállalkozó	Információ
Az emberek fizikai és szellemi erőfeszítései, amelyekkel a természeti javakat vagy a mások által előállított termékeket új terméké, szolgáltatássá alakítják.	Természeti kincsek, energiák, folyamatok, amelyeket az ember a termelés során felhasznál.		Olyan termelési eszközök, amelyeket az ember állított elő, hogy velük új javakat hozzon létre (gép, autó, gyár, pénz stb.).	Az a személy, aki szervező és irányító tevékenységével a termelési tényezők segítségével javakat állít elő.	Felhasználásával megalapozott döntéseket lehet hozni.
	Két fő csoportja:				
	Kimerülő, korlátozott mennyiségű erőforrások (ásványkincsek)	Megújuló erőforrások (termőföld, vízenergia)			

Piac

- A gazdaságnak, mint a társadalmi rendszer egyik alrendszerének alapvető feladata az, hogy az elvileg korlátlan egyéni és társadalmi igények kielégítését a szűkösen rendelkezésre álló erőforrások felhasználásával minél hatékonyabban valósítsa meg.
- A hatékonyság növeléséhez elengedhetetlen a munkamegosztás, a tevékenységek specializációja. Ennek révén a munkavégzés hatékonyabbá válik. A munkamegosztás viszont igényli a tevékenységcserét és ennek koordinációját.

Piacok fajtái

- Árupiac
- Pénzpiac
- Tőkepiac
- Munkapiac

Árupiac

- Az árupiac egy nemzetgazdaságban a termékek és szolgáltatások összes keresletét és kínálatát, valamint az azok közötti kapcsolatot jelenti.
- Makrogazdasági kereslet a háztartási szektor fogyasztási kereslete, a vállalati szektor beruházási kereslete az állami szektor kereslete
- Makrogazdasági kínálat a vállalati szektor által megtermelt és eladásra felkínált termékek és szolgáltatások összessége

Pénzpiac

- A pénzpiac elsősorban a bankrendszer és a többi gazdasági szektor közötti kapcsolat formáját jelenti.
- Pénzkereslet: az a pénzmennyiség, amit a gazdasági szereplők tartani kívánnak
- Pénzkínálat: az a pénzmennyiség, amelyet a bankrendszer a gazdasági szereplők számára felkínál
- A pénzpiacon alakul ki a kamatláb

Tőkepiac

- Tőkepiacnak nevezzük mindazokat az adásvételi módokat és helyeket, amelyek lehetővé teszik, hogy a megtakarításokat tőkeként használják.
- A tőkepiacon pénztőke adás-vétele történik kamat ellenében.
- Tőkekereslet: a vállalatok beruházásaikhoz keresnek tőkét
- Tőkekínálat: a gazdasági szereplők megtakarításai

Munkapiac

- A munkapiac a munka, mint termelési tényező cseréjét közvetíti.
- Kereslet: a vállalati szektor munkaerőigénye
- Kínálat: a háztartási szektor kínálja fel munkaerejét
- A munkakereslet és munkakínálat alapján határozódik meg a munkabér (nominálbér, reálbér)

Vállalat és Piac

Koordináció típusai (Kornai János szerint):

- **1. Piaci mechanizmus** esetén a szereplők egyenrangúak, kölcsönös előnyszerzés céljából, önként lépnek egymással kapcsolatba, a szabályok közös érdekre épülő betartásával, e kapcsolatok pénzügyi alapon szerveződnek.
- **2. Bürokratikus mechanizmus** során a szereplők kapcsolatát alá és fölérendeltségi viszonyok szabályozzák. A cselekvésre jogilag szabályozott módon és mértékben utasítások késztetik a hierarchia alacsonyabb szintjén lévőket. A kapcsolatok lehetnek monetarizáltak (a dolgozók bért kapnak), de nem feltétlenül.

Vállalat és Piac

Koordináció típusai (Kornai János szerint):

- 3. **Etikai koordináció** esetén a szereplők egyenrangúak, önszántukból vesznek részt a folyamatokban. Az erre való késztetés lehet egyoldalú (jótékonyság) vagy kölcsönös, a viszonzosság elvén nyugvó, de a pénz közvetlenül nem játszik szerepet.
- 4. **Agresszív koordináció** szereplői nem egyenrangúak, ugyanis a "koordinátor" nyers erőfölényére épül a szabályozás. A pénz megjelenhet a szervezett bűnözésben is, de ez nem szükségszerű. Fontos, hogy az agresszív "szabályozás" nem feltétlenül törvénytelen – a fő szempont az, hogy a koordinálás, a szereplők magatartásának befolyásolása fenyegetés és kényszer alkalmazásával történik.

A társadalmi rendszerekben, kisebb-nagyobb mértékben minden koordinációs mechanizmus jelen van, de a modern társadalmakban a piaci és a bürokratikus koordináció tekinthető a legfőbb mechanizmusnak.

Vállalat és Piac

A vállalat és szűkebb környezetének elemei az alábbi módon kapcsolódnak a piachoz:

- A vevők (fogyasztók) szükségletei, igényei a piacon válnak fizetőképes keresletté,
- a szállítók a vállalat tevékenységéhez biztosítanak erőforrásokat,
- a versenytársak ugyanazon a piacon kínálnak javakat a fogyasztóknak,
- a stratégiai partnerek a vállalattal együttműködve szintén fogyasztói igényeket kívánnak kielégíteni.

A fenti felsorolás determinálja azokat a szerepeket is, amelyeket a vállalat a piacon betölthet:

- A vállalat a vevők szempontjából eladószerpet tölt be,
- a szállító szempontjából vevőszerepet tölt be,
- a versenytársak eltérő érdekeket képviselnek a piacon,
- a stratégiai partnerekkel bizonyos területeken találkozik a vállalat érdeke, hiszen együttműködnek.

Vállalat és Piac

Piac: a tényleges és potenciális eladók és vevők, illetve azok cserekapcsolatainak rendszere, amelynek legfőbb tényezői a **kereslet**, a **kínálat**, az **ár** és a **jövedelem**.

A vállalat a küldetésének meghatározásakor már kijelöli a számára fontos piacokat: –

- A „Mit termeljen?” kérdésre adott válasszal eldönti, mely piacon (piacokon) jelenik meg eladóként.
- A gyártandó javak köre nyilván determinálja, milyen erőforrásokra kíván támaszkodni, vagyis mely piacon (piacokon) jelenik meg vevőként.
- Ezek alapján szintén meghatározható a versenytársak, illetve a szóba jöhető stratégiai partnerek köre is.