

Csath Magdolna

Versenyképesség-menedzsment

Felsőoktatási tankönyv

A könyv megjelenését támogatták:

BÉTEX Kereskedő és Szolgáltató Zrt.

Cerbona Élelmiszeripari és Kereskedelmi Zrt.

Garzon Bútor Kereskedelmi Kft.

Kodolányi János Főiskola

Bírálta:

Dr. Virág Miklós

A fedélterv Riba Hilka munkája

© Dr. Csath Magdolna, Nemzeti Tankönyvkiadó Zrt., Budapest, 2010

ISBN 978-963-19-6845-3

Minden jog fenntartva. A mű egészének vagy bármely részének mechanikus, illetve elektronikus másolása, sokszorosítása, valamint információszolgáltató rendszerben való tárolása és továbbítása a Kiadó előzetes írásbeli engedélyéhez kötött.

Nemzeti Tankönyvkiadó Zrt.

A kiadásért felel: Jókai István vezérigazgató

Raktári szám: 42668

Felelős szerkesztő: Hernádi Katalin

Műszaki szerkesztő: Kiss Tamás

Terjedelem: 30,03 (A/5) ív

Első kiadás, 2010

Tartalom

Bevezetés

1. A VERSENYKÉPESSÉG ÉRTELMEZÉSE

A nemzeti versenyképesség-kutatás amerikai iskolája.
Porter és a Versenyképességi Központ
Yamashita modellje

2. A VERSENYKÉPESSÉG MENEDZSELÉSE

Kulcs- és megkülönböztető kompetenciák
Szervezeti dualitás
Új stratégiai irány: harc helyett szolgálat és új vizekre evezés
A cégek értékajánlata

3. AZ ÜZLETI MODELL

Handy modelljei
Az üzleti modell elmélete, fejlődése
Tipikus üzleti modellek
Innovatív üzleti modellek
Egy sajátos üzleti modell: az agilis vállalat
Az agilis vállalat elődjai
Az üzletimodell-innováció feltételei
Hogyan tudja eldönteni a cég, hogy jó-e még az üzleti modellje?
Az innováció fontossága
A nyitott innovációhoz nyitott üzleti modellre van szükség

4. VERSENYKÉPESSÉG INNOVÁCIÓ, ÉRTÉKEK, KULTÚRÁK

Mi a helyzet a szervezeti kultúrával?
Hogyan lehet egy cég kultúráját megváltoztatni: az Oticon-példa

5. A NYITOTT INNOVÁCIÓ

Nyitott innovációs esettanulmányok
Lafley az új stratégiáról
A kormányok szerepe
A kitáguló vállalat
Versenyképesség-növelés hatékonyság-javítással
Innováció válságban és válságon kívül
Az innováció környezete

6. INNOVÁCIÓMENEDZSMENT

Miért veszítenek a cégek innovációs képességeikből?
Innovatív kultúra és szervezeti kultúra
Az innováció lehetséges módjai és területei
Az innováció szakaszai
Az innováció mélysége és gyorsasága
Bessant elmélete
A „töréspontos” innovációs laboratórium

7. AZ INNOVÁCIÓ STRATÉGIAI TERVEZÉSE

Az innovációs stratégia tartalma
Az innovációt ösztönző környezeti feltételek

A belső helyzet elemzése
Az innovációs stratégiák tartalma
Az üzleti kocka
A rendszerszemléletű innovációs stratégia
Az innovációs stratégia kulturális vonatkozásai
A kulturális jellemzők hatásai az innovációmenedzsmentre
Az innovációs légkör mérése
Innovatív ötletek előállítás: ötletgyűjtés a gyakorlatban
A TQM-Totál Quality Management-Minőségközpontú vezetés
A termékfejlesztés módszere, a Kano-modell
Innováció az életgörbe mentén
Termékmegújítás értékinnovációval
Kreativitási módszerek
Tanulószervezetek - szervezeti tanulás
Innováció a kiscégeknél
Az innováció megvalósítása
Az innováció sikeres megvalósítása
A jól működő innovációs rendszer
Jól menedzseljük-e az innovációt?

8. A VÁLLALATI EGYÜTTMŰKÖDÉS MINT VERSENYKÉPESSÉG-NÖVELŐ TÉNYEZŐ

A modern hálózatok ősei
A hálózatok szerkezete
A hálózatok típusai
A hálózatok működésének folyamata
Tudásmenedzsment a hálózatokban
A hálózatok korlátai
Sajátos együttműködési formák

9. A HUMÁNERŐFORRÁS-MENEDZSMENT MINT VERSENYKÉPESSÉGI TÉNYEZŐ

Hogyan teremthet értéket a humán terület, és kinek?

10. TUDÁS, TANULÁS, TANULÓVÁLLALAT, TUDÁSMENEDZSMENT

Tudás, tanulás
Szervezeti kultúra
A tanulóvállalatok
Tanulási módok
Tudásmenedzsment
A tudás és az intellektuális tőke
Tudásmenedzsment a gyakorlatban
A vállalati egyetem
A vállalati egyetem a stratégia megvalósításának szolgálatában
A munkahelyi tanulás értéklánca

11. A TÁRSADALMI TŐKE MINT VERSENYKÉPESSÉGI TÉNYEZŐ

A cégek társadalmi felelőssége

12. ZÁRÓGONDOLATOK

IRODALOM

Bevezetés

A versenyképesség korunk divatos terminológiája. Használják a politikusok, ír és szól róla a média. Vitatják tartalmát és elérésének módszereit. Nincs azonban egyetértés még a szakemberek között sem abban, hogy milyen versenyképesség-növelő stratégiák a legcélravezetőbbek, sem pedig abban, hogy a cégek versenyképességét befolyásolja-e a kormányok munkája, és ha igen, hogyan. Ebben a szakkönyvben, amelyet a Tisztelt Olvasó a kezében tart, a szerző széles körű irodalom feldolgozására és a több évtizedes gyakorlati munkájára támaszkodva értelmezi a versenyképességet és vizsgálja a versenyképessé válás lehetséges módjait. Bemutatja továbbá a nemzeti és a vállalati szintű versenyképesség kapcsolatrendszerét, és javaslatot tesz a hazai versenyképesség javításának lehetséges módszereire is. A nemzetközi tendenciák kínáltak lehetőségek, valamint a tartósan sikeres gazdaságfejlesztés feltételeinek összevetése alapján a szerző a cégeknek és a kormányoknak egyaránt a tudással, kreativitással, innovációval, minőséggel és vállalkozó szellemmel való versengést javasolja.

Ahhoz azonban, hogy egy cég vagy egy ország tudással, innovációval, minőséggel tudjon versenyezni, kiváló, nagy tudású és kreatív emberekre van szükség. Olyanokra, akik elkötelezettek az állandó tanulás és jobbitás mellett. Erről, a cégek vonatkozásában, így nyilatkozott a General Electric egykori vezérigazgatója, Jack Welch:

„Tudjuk, hogy kinek köszönhető a cég versenyképessége: az embereknek. De csak azoknak, akiknek lehetőséget teremt a cég arra, hogy szabadon álmodozzanak, kockázatot vállaljanak és cselekedjenek.”

Welch a versenyképesség lényegére tapintott rá. A versenyképességet ugyanis nem az anyagok, a gépek vagy a technológiák, hanem az emberek teremtik. Azok az emberek, akik értéket teremtenek. Igaz ez a nemzeti versenyképességre is. Annak növeléséhez is bátorító, demokratikus közegre van szükség, amelyben az emberek értelmét látják a vállalkozásnak, a kemény és jó minőségű munkának.

A könyv a versenyképesség értelmezésével indul. Már a kezdetben világossá teszi a cégek és a nemzetgazdaság versenyképessége közötti kapcsolatokat és különbségeket. Bemutatja továbbá a leghíresebb versenyképesség-kutató műhelyeket is.

A következő rész, a versenyképesség-menedzselés, a versenyképességépítés fontosabb kérdéseit veti fel. Bemutatja továbbá a versenyképesség-növelés lehetséges útjait, s felhívja a figyelmet a témában megjelent legújabb nézetekre, gondolatokra. Kitér a cégek értékajánlatára, amely sűrítve fejezi ki a cégek által választott versenyképesség-értelmezést. Ez a rész taglalja az agilis vállalat fogalmát és működését is.

Ezt követően a versenyképesség, innováció, kultúrák és értékek kapcsolat- rendszer vázolója, majd a nyitott innováció részletes elemzése következik. A nyitott innováció előnyeit a szerző esettanulmányokkal igazolja. Majd vizsgálja ennek feltételeit, közöttük a kormányok szerepét és a támogató kultúrát.

A továbbiakban alapos és részletes ismereteket szerezhet az olvasó az innováció menedzseléséről és a nemzeti kultúrák innovációra gyakorolt hatásáról is. Ezt az innováció megvalósításának lépéseit, modelljeit és vezetési feladatait taglaló rész követi.

A következőkben a versenyképesség-növelés további, nálunk kevésbé ismert módszereit veszi sorra a szerző. Először az együttműködésről, majd a humánmenedzsment-terület értéktelentéséről és a tudás, tanulás, tudás- menedzsment versenyképességre gyakorolt hatásáról, a tanulóvállalatokról, a tanulási módokról, az intellektuális tőke versenyképességben játszott szerepéről és a vállalati egyetemekről olvashatunk.

A könyvet a versenyképesség-javítás puha feltételei közül a társadalmi tőke és a cégek társadalmi felelőssége, valamint a versenyképesség közötti összefüggés megvilágítása zárja.

A kötetet idézetek és esettanulmányok színesítik.

A könyv kiválóan használható a stratégiai menedzsment tantárgy szakkönyveként és önálló, a versenyképesség-növelés elméletét és módszertanát a legfrissebb tudás alapján bemutató szakkönyvként is. Ajánlom ezért diákoknak, tanároknak, vállalati és önkormányzati vezetőknek és szaktanácsadó cégek munkatársainak egyaránt.

A Szerző