A Moha Ház összefoglalója az Interjúkészítés mérföldkőhöz

Az interjúalanyok kiválasztását követően javasoljuk, hogy

- tájékozódjatok a választott vállalkozásvezető cégének tevékenységéről
- tervezzétek meg az interjút, készüljetek kérdésekkel
- amennyiben, az interjúalany erre nyitott, az interjú legyen személyes, ne írásos
- **a járványhelyzetre tekintettel az interjúkat on-line készítsétek el**
- ha lehetséges és az interjúalany hozzájárul, készítsetek kép-és hangfelvételt a beszélgetésről

Az interjúkra való készülés jegyében kérjük, olvassátok el a következő összeállítást a vállalkozókról, vállalkozásokról!

A hétköznapi életben vállalkozónak tartjuk azokat az embereket, akiknek saját cégük, üzletük van. A vállalkozó fogalmához – főleg Magyarországon - a vállalkozó szellem mellett az ügyeskedő jelző is társul, ugyanakkor – főleg a fiatalabb korosztályoknak szóló tartalmakban – gyakran bukkan fel a startup (start-up) elnevezés is.

Mi is az a vállalkozás? Kik a vállalkozók?

Ha a vállalkozásokat a mögöttük álló emberek, illetve azok tevékenysége szempontjából vizsgáljuk, akkor a vállalkozásoknak két, egymástól jelentősen különböző fajtáját különböztetjük meg.

1. A helyi piacokra dolgozó vállalkozás

A helyi vállalkozás észreveszi, hogy a környezetében hiányzik egy bolt, egy szolgáltatás és betölti az űrt. Helyi vállalkozó az, aki virágboltot nyit a városban, számítástechnikai szervizt üzemeltet vagy magánóvodát. A tulajdonos legtöbbször egyedül vállalkozik, esetleg családjával, célja elsősorban a függetlenség és az anyagi haszon. Általában saját pénzét, családja pénzét használja. A helyi vállalkozás kicsi vagy középméretű marad, de vannak kivételek, amikor nagyra nő.

2. Az innováción alapuló vállalkozás

E típus megismeréséhez először tisztázzuk az innováció fogalmát. **Egyszerűen és röviden az innováció olyan újítást jelent, amelyet az innovátor értékesíteni tud**. Az innováció jelenthet egy új terméket, vagy meglévő terméknek egy új tulajdonságát, új szolgáltatást, de jelenthet egy újfajta értékesítési módot, új marketing stratégiát vagy bármi olyan változtatást a termelési és/vagy értékesítési folyamatban, amely egy adott terméket vagy szolgáltatást eladhatóbbá tesz a vásárlók számára. Ez a változtatás, amely először tehát az innovátornak jut az eszébe, az értékesítés során versenyelőnyt jelent kitalálója számára. Amikor egy olyan vállalkozás jön létre, amely újszerű megoldásokat alkalmaz a piacon, azt innovatív vállalkozásnak nevezzük. Az innovatív jelleg miatt többnyire a vállalkozás nem csak a helyi piacokon szeretne érvényesülni, hanem térségi piacokon, világpiacon is, hiszen máshol is nyitottak az újdonságra. A vállalkozást jellemzően többen alapítják. Az alapítók célja gyakran a vállalkozás értékesítése, mivel a növekedést saját pénzből nem tudja megoldani. Az innováción alapuló

vállalkozásokat gyakran nevezik start-up-oknak. A start-up-nak több - egymástól némileg eltérő -, definíciója ismert. A start-up három jellemzőjét szokás kiemelni:

- innovativitás,
- növekedési lehetőség
- nemzetközi piacra lépési lehetőség

Véleményünk szerint a start-up által megvalósított termék vagy szolgáltatás innovatív jellege a lényeg. Az újdonságok esetében gyakran feltételezhető a növekvő kereslet és a külföldi érdeklődés.

Apró betűs rész: A vállalkozások fenti két csoportját a szakirodalom egy harmadikkal egészíti ki, a tömegtermelésen alapuló vállalkozással. Ez a típus meglévő lehetőségekre és adottságokra épülő, innovációt nem tartalmazó, valamilyen piaci igényt tömegesen kielégítő vállalkozás. Itt csak az a vállalkozás lényege, hogy miként tud piaci előnyt szerezni a nyersanyag, munkaerő vagy munkaszervezés révén. Többnyire társas vállalkozás, több embert foglalkoztat, viszonylag kicsi a hozzáadott érték a termékben vagy szolgáltatásban. E típusra a továbbiakban nem térünk ki, csakúgy, mint az egyre szaporodó társadalmi vállalkozásokra sem.

A társadalom számára a vállalkozások fenti két fajtája egyformán fontos. Mindkettő munkahelyeket teremt, kiszolgál más termelőegységeket, illetve a lakosságot.

Akár a helyi, akár az innovatív vállalkozásokat nézzük, azt látjuk, hogy világszerte folyamatosan vállalkozások alakulnak és mennek tönkre. Alig több mint egy tucat vállalkozás képes 100 éven túl is fennmaradni.

Mi a magyarázata a vállalkozások folyamatos bukásának és mi a magyarázata annak, hogy egyesek mégis életben maradnak?

A vállalkozások ráépülnek a mindenkori társadalom és gazdaság adottságaira, viszonyaira. Pont annyira lesz sikeres egy vállalkozás, amennyire pontosan képes saját korának adottságait, viszonyait felismerni és ezekhez alkalmazkodni.

A vállalkozás tervezése szempontjából a gazdaságban és a társadalomban uralkodó trendekre, illetőleg egyéni igényekre, szükségletekre, vásárlóerőre vonatkozó **előrejelzéseket, elgondolásokat stb. ún. *feltételezéseknek* nevezzük.** Ezek a leíró jellemzők (pl. az emberek egyre jobban szeretnek biciklivel közlekedni) soha nem igazak mindenkire, de nagy arányban jellemzőek**, másrészt folyamatosan változnak, ezért óvatosan kell bánni velük. Le kell ellenőrizni, hogy még igazak-e, a tervezett vállalkozás földrajzi helyén is fennállnak-e!**

Az egyes korosztályok gondolkodása eltér a megelőző korosztályok gondolkodásától, azaz egyszerre eltérő értékrendek, szükségletek vannak jelen a társadalomban, ezek folyamatosan hatnak egymásra és folyamatosan változnak pl. a tudományos felfedezések, a technológiai fejlődés hatására is. (Az előző példára visszatérve, a fiatal korosztály számára a bicikli reális alternatívája pl. roller, villanyrobogó.)

*A folyamatosan változó igényekre **a fiatal vállalkozások, amelyek az új trendeket erősebben érzékelik**, gyakran gyorsabban tudnak reagálni, ezért idővel ki is szorítják a korábbi vállalkozásokat a piacokról.*

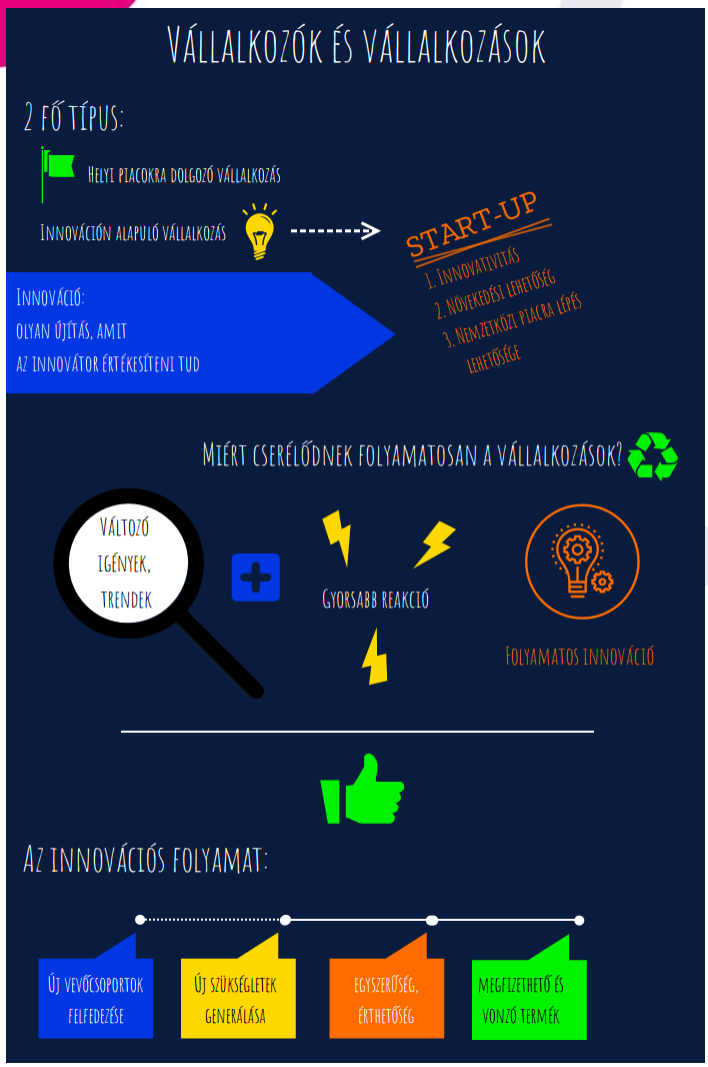
A több mint, 100 éve fennálló vállalkozások sikerének titka tehát az, hogy működésükbe beépítették azt a mechanizmust, **amely képes a termékválasztékot, sőt az egész vállalkozás működését a változó igényekhez igazítani**. Úgy is fogalmazhatunk, hogy ezekben a vállalatokban folyamatos az innováció.
Az innováció nem csak a vállalaton belül jelenhet meg. Az innováció a társadalom és a gazdaság bármely területén megjelenő változás, amely előmozdítja a jólétet, és az emberek elfogadják. Az innováció nem jön létre vezényszóra, nem lehet pénzzel előcsalogatni.
Az újítási lehetőségek az *egyes ember* szintjén jelennek meg.
Ha valaki mélyen átlát egy iparágat, vagy akár egy munkafolyamatot, akkor képes felismerni, hogy milyen változtatás lenne az, amelynek révén a vásárlók által is értékelt jobb termék, vagy kiszolgálás stb. jöhet létre.

Ez az a momentum, amely egybe kapcsolja a vállalkozások fent leírt két típusát! Sűrűn előfordul, hogy az ún. helyi vállalkozás szakterületét mélyen megismerve újításokat vezet be, amely nagyobb növekedést, tágabb piacokat hozhat számára. Azaz a két fő vállalkozás típus nem különül el mindig egymástól élesen, számos ún. helyi vállalkozás hordoz innovatív vonásokat és ügyesen alkalmazkodik a változó vásárlói igényekhez.

Kik a vállalkozók?

A mi szempontunkból tehát vállalkozó az a személy, amely látja, észreveszi, sőt kutatja a vásárlói igények változását, és ezekhez alkalmazkodva hozza létre termékeit vagy szolgáltatásait. A vállalkozó az, aki újszerű módon (a pontosított feltételezések) alapján közelít a világhoz, látja az uralkodó trendeket és ezekhez igazodva értéket tud létrehozni.
Nem elég azonban a lehetőségeket észrevenni, a vállalkozónak természetesen az elképzeléseit meg is kell tudni valósítani.
A vállalkozó képes összefogni a vállalkozáshoz szükséges tőke három alapelemét:

- szellemi tőke,
- kapcsolati tőke
- és pénzügyi tőke



A vállalkozói mentalitás megértéséhez fontos látni, hogy a vállalkozót az is megkülönbözteti a többi embertől, hogy a fenti feltételek hiányossága esetén sem mond le az ötlete megvalósításáról. **Ha nem rendelkezik fentiek közül valamelyikkel, akkor partnereket von be, akik kiegészítik a vállalkozást a hiányzó elemmel.** Pénzügyi tőke híján befektetőt keres (kockázati tőke, csendes társ, stb.), kapcsolati tőke híján partnerséget köt más piaci szereplőkkel, akik új piacok szerzésében lesznek a segítségére.

A szellemi tőke az, amelynek azonban a vállalkozó fejében (is) meg kell lennie, azaz a folyamatos tanulás alapfeltétel egy sikeres vállalkozáshoz.

A kapcsolati tőke és a pénzügyi tőke pótlására, újszerű megoldásokat látunk napjainkban. A 21 század forradalmi vállalkozója a „sharing economy" modellre tervezi vállalkozását (pld.uber, airbnb, stb), azaz *a kapcsolati tőkét pl. akár a közösségi médián keresztül szervezi össze, a pénzügyi tőkét pedig kiiktatja a rendszerből úgy, hogy a vállalkozás az emberek vagyontárgyait használja* (veszi kölcsön) tőkeként.

Fontos látni, hogy a közösségi vállalkozásokat az emberek, vállalkozó jelöltek szűkös anyagi helyzete hívta életre, jó példáját mutatva a vállalkozói szemléletnek.

Javasoljuk, hogy az interjúkészítés során figyeljétek a vállalkozói szemlélet jeleit az interjúalanyoknál. Ennek a szemléletnek a megértése (sőt ráérzésről is beszélhetünk) lesz számotokra a verseny legnagyobb hozadéka.

A vállalkozói szemlélet előnyei a személyes életedben:
Ha nem akarsz vállalkozni, hanem mondjuk orvos vagy tanár szeretnél lenni, akkor is fontos, hogy Te is megértsd a vállalkozás elveit és gyakorlatát:

- a munkahelyek (gyárak, iskolák, kórházak) keresik a vállalkozói szemléletű alkalmazottat, aki képes az újításra, jobbításra
- a szakmák változnak, 15-20 évenként kicserélődik egy szakma tudásanyaga, ezért folyamatos tanulásra van szükség, az innovatív hozzáállás előny
- a jövőben nőni fog az önfoglalkoztatás részaránya, a klasszikus munkavégzés mellett elterjed a projekt alapú munkavállalás, amelyhez elengedhetetlen a vállalkozói szemlélet
- átmeneti munkanélküli periódusokban nagy segítségedre lehet a vállalkozói tudásanyag
- végül pedig minden alkalmazott előtt nyitva áll a lehetőség, hogy másodállásban vállalkozzon

Még egy indok a vállalkozói szemlélet mellett:

Míg korábban az innovátorok szinte csak a vállalkozásokból kerültek ki, vagy hivatásos feltalálók voltak, az elmúlt 10-20 évben gyakori az ún. felhasználói innováció, azaz a cégek, kutatóhelyek törekednek arra, hogy az innovációs folyamatokba a használó embereket (vevőket, felhasználókat) is bevonják, némiképp feltalálóvá téve őket.

Vagyis előbb-utóbb biztos, hogy Te is kerülsz olyan szituációba, amikor használni tudod a most elsajátított vállalkozói szemléletet.

Vegyük nagyító alá az innovációs folyamatot!

Az induló vállalkozás

- vevők új csoportjait találja meg, akiket még nem ismer a konkurencia, azaz még nincsenek versenytársak
- megismerve új vevőcsoportokat, a piacon még nem létező, vagy csak más formában létező termékeket, szolgáltatásokat kínál, azaz új szükségletet generál, így teremtve piacot saját magának
- az újszerű jelleg mellett fontos az egyszerűség és az érthető fogalmazás (az emberek csak az általuk megértett újításokat fogadják el)
- az új termékek, szolgáltatások legyenek vonzók a vásárlók szempontjából, legyenek megfizethetőek, ami csak úgy lehetséges, ha megfelelő költségszinten lehet őket előállítani

A helyi vállalkozásokkal készített interjúkban figyeljétek meg, hogy az egyes vállalkozások munkájában mely elemek utalnak a helyi vállalkozásra és mely elemekből lehet az innovatív jellegre következtetni? Melyik vállalkozás tudta csak beszállítókkal, alkalmazottakkal megvalósítani ötletét és kinek volt szüksége partnerek, befektetők bevonására?

Röviden a lényeg:

A vállalkozásoknak két típusát különböztetjük meg: helyi vállalkozások és innovatív vállalkozások, de a két típus között átjárás van. Minden innováció, újítás versenyelőnyt, nagyobb piacot jelenthet a vállalkozás számára.