

VENDÉGSZERKESZTŐI ELŐSZÓ A „STAKEHOLDER-SZEREPEK A TERMÉK- ÉS SZOLGÁLTATÁSMENEDZSMENTBEN” CÍMŰ TEMATIKUS SZÁMHOZ

A stakeholderek bevonása napjaink termék- és szolgáltatásfejlesztési folyamataiba a menedzsmentfeladatok egyik meghatározó kérdésévé vált. A termékfejlesztéssel foglalkozó szervezetek egyre összetettebb környezetben működnek, ahol a sikeres termék- és szolgáltatásfejlesztés már nem értelmezhető kizárólag technológiai vagy üzleti szempontok mentén. A különböző érintett csoportok – felhasználók, megrendelők, vevők, befektetők vagy más kulcsszereplők – eltérő igényekkel, elvárásokkal és érdekekkel vannak jelen a fejlesztési folyamatokban, ezáltal alapvetően befolyásolva a projektek és a szervezetek eredményességét.

Amennyiben a menedzsment nem térképezi fel időben ezeket a sokszor egymástól jelentősen eltérő szempontokat, az komoly kockázatokhoz vezethet. Ha a fejlesztett termék vagy szolgáltatás nem találkozik a felhasználói elvárásokkal, nem támogatja megfelelően az üzleti célokat, vagy nem képes alkalmazkodni a piaci környezet változásaihoz, az nagymértékben befolyásolhatja a sikerét. A stakeholderek bevonása ezért nem csupán információgyűjtési folyamat, hanem olyan stratégiai eszköz, amely hozzájárulhat a projekt-kockázatok csökkentéséhez, a fejlesztési döntések megalapozásához és a hosszú távú versenyképesség erősítéséhez.

A stakeholder-szemlélet jelentősége különösen abban rejlik, hogy lehetőséget biztosít a különböző nézőpontok integrálására. Az érintett felekkel való folyamatos kommunikáció támogatja a valós igények mélyebb megértését, segít a potenciális problémák korai azonosításában, valamint előmozdítja az együttműködésen alapuló szervezeti kultúra kialakulását. A hatékony stakeholder-menedzsment így egyszerre szolgálja a szervezeti eredményességet, az innovációs képesség növelését és az értékteremtést.

Jelen tematikus szám olyan cikkeket tartalmaz, amelyek elméleti és gyakorlati megközelítésből vizsgálják a stakeholderek bevonásának módszereit, kihívásait és lehetőségeit a termék- és szolgáltatásfejlesztés különböző területein. A különszámban szereplő tanulmányok empirikus vizsgálatokon keresztül járulnak hozzá a stakeholder-menedzsment hatékony megvalósításának tudományos diskurzusához, jól érzékeltetve a téma sokszínűségét és relevanciáját. A hat tanulmány eltérő kontextusban mutatja be, miként jelenhetnek meg a stakeholderek a fejlesztési folyamatokban, és hogyan járulhat hozzá az érintett felek aktív bevonása a sikeresebb, fenntarthatóbb és versenyképesebb szervezeti megoldások kialakításához.

Berki-Süle Margit és Németh Edit „A designszemlélet megjelenése a vállalati menedzsmentfolyamatokban” című tanulmánya azt vizsgálja, miként jelenik meg

a designgondolkodás a hazai vállalati működésben, és milyen stratégiai hozzáadott értéket teremthet a versenyképesség szempontjából. A Design Management Díjjal elismert szervezetek elemzésére és vezetői interjúkra épülő kutatás rámutat arra, hogy a designmenedzsment magas szintű integrációja erősíti az innovációt, a márkadifferenciálást és a fenntartható működést, ugyanakkor a stratégiai tervezés formalizált eszközei még kevésbé jelennek meg a gyakorlatban.

Csernák-Csorba Klaudia és Tóvölgyi Sarolta „Építésmérnökök mint kettős szerepű stakeholderek az előregyártott és szerelt technológiákhoz köthető innovációs értékláncban” című kutatása az innovációs ellenállás kérdését vizsgálja az építőipari technológiák kontextusában. A szerzők az építésmérnököket egyszerre technológiafelhasználóként és -közvetítőként is értelmezik. Empirikus eredményeik rávilágítanak arra, hogy az innováció elfogadását nemcsak technológiai, hanem legitimációs és oktatási tényezők is alapvetően befolyásolják.

Molnár Marietta és Szabó Bálint „Stakeholder-fókuszú esettanulmány egy játékosított oktatási platform vizsgálatára” című tanulmánya egy szervezeti oktatási célra fejlesztett gamifikált rendszer felhasználói élmény (user experience, UX) fókuszú elemzését mutatja be. Az írás empirikus részében bemutatott használhatósági vizsgálat és a vállalati döntéshozókkal készített interjúk jól érzékeltetik, hogy a különböző stakeholder-csoportok szempontjainak integrált értelmezése miként alapozhatja meg a szoftverek tudatosabb továbbfejlesztését.

Lányi Beatrix és Fésű Fanni „A mesterséges intelligencia stakeholder-szemléletű értelmezése és szerepe a fogyasztók sminktermék-vásárlási döntéseiben” című tanulmánya a mesterséges intelligencia (MI) perspektívájából közelíti meg a stakeholder-elmélet fontosságát. A szerzők arra keresik a választ, hogy a mesterséges intelligencia miként értelmezhető önálló stakeholderként a fogyasztói döntéshozatalban. Eredményeik szerint az MI már aktív döntéstámogató szereplőként jelenik meg a fogyasztók életében, és jelentős hatással van a vásárlási attitűdökre, különösen a technológiai nyitottság függvényében.

Németh Gergely, Buzás Norbert és Verseghe-Nagy Miklós „Az egyetem mint innovációs ökoszisztéma-orkesztrátor: nemzetközi példák és magyar esettanulmányok” című munkája az egyetemek koordináló szerepét vizsgálja az innovációs ökoszisztémákban. A nemzetközi és hazai esettanulmányok összehasonlítása rámutat arra, hogy míg a vezető nemzetközi egyetemeken az orkesztratori – központi stakeholder – szerep erősen intézményszerűsült, addig Magyarországon inkább projektalapú és

töredezett formában jelenik meg. A kutatás fontos gyakorlati következtetéseket fogalmaz meg az egyetemek, az ipari szereplők és az innovációs ökoszisztémákkal kapcsolatban álló döntéshozók számára.

Sápi-Duduk Ildikó „Stakeholder-szemléletű teljesítménymérés: A radiális rendszermodell empirikus vizsgálata” című írása a vállalati teljesítménymenedzsment stakeholder-alapú újragondolását helyezi középpontba. A tanulmány empirikusan igazolja, hogy a fenntarthatóság és a reziliencia önálló, mérhető teljesítménydimenzióként jelennek meg a szervezetek működésében, miközben a stakeholder-igények meghatározó szerepet játszanak a teljesítménymutatók prioritásainak alakításában.

Bízunk benne, hogy a különszám tanulmányai hozzájárulnak a stakeholder-szemlélet tudományos és gyakorlati jelentőségének mélyebb megértéséhez, valamint

inspirációt nyújtanak mindazok számára, akik a termék- és szolgáltatásmenedzsment területén az érintett felek együttműködésre épülő, innovatív és fenntartható megoldások kialakításán dolgoznak.

Vendégszerkesztők:

Szabó Bálint, egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Ergonómia és Pszichológia Tanszék

és

Tóvölgyi Sarolta, egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Ergonómia és Pszichológia Tanszék