

# **Nonprofit marketing kihívások az innovációs gazdaságban**

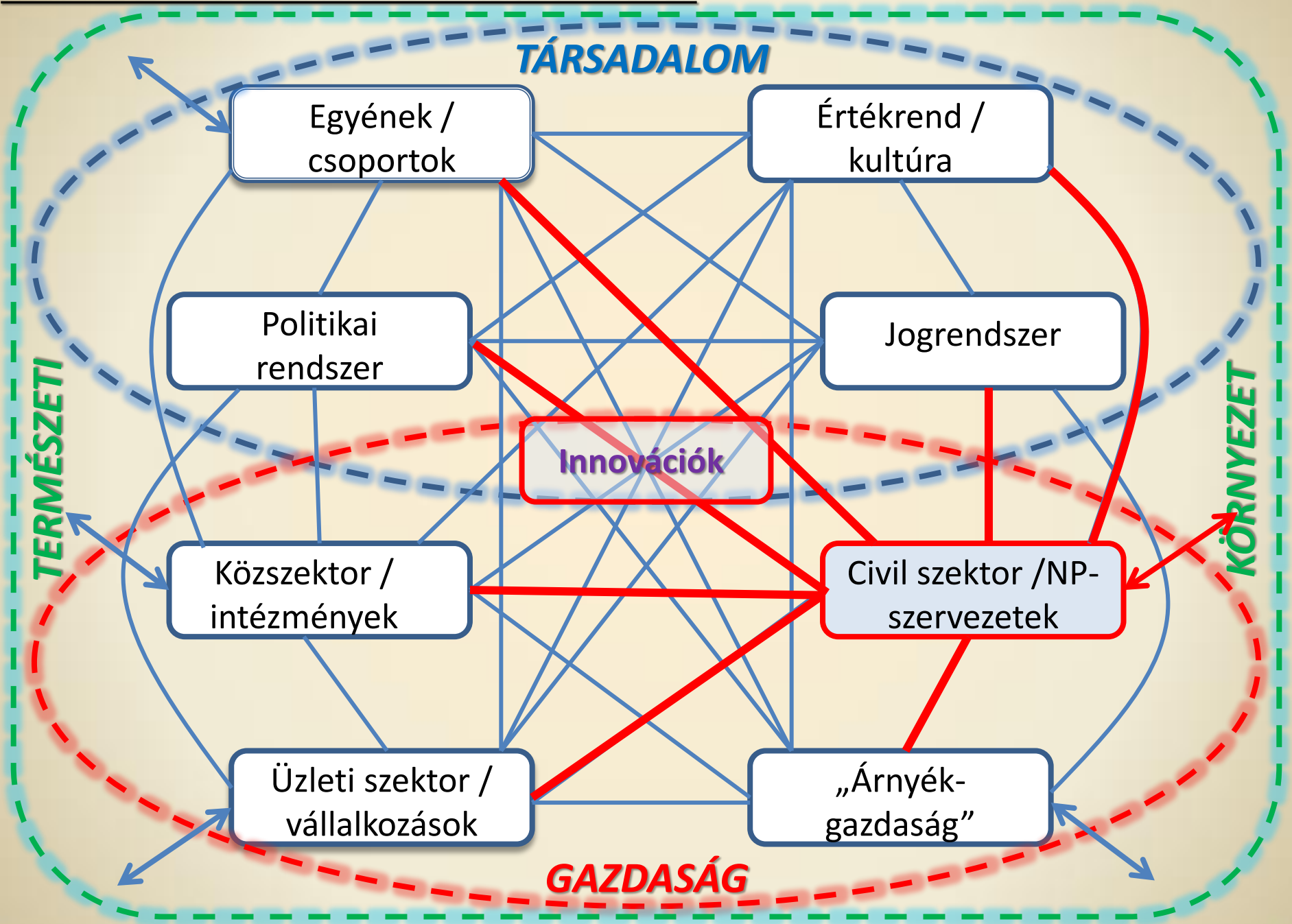
Prof. Dr. Dinya László  
SZTE-GTK  
RÉVKOMÁROM, 2017. 05. 18.

# Tárgyalt kérdések

1. A nonprofit szektor az innovációs gazdaságban / társadalomban
2. Magyar nonprofit körkép: sokszínűség és „kihívásos környezet”
3. Át- és felértékelődő / újszerű nonprofit szerepek / nonprofit marketing
4. Nonprofit kihívások



# KÖRNYEZET : ÖSSZEKAPCSOLT ALRENDSZEREK

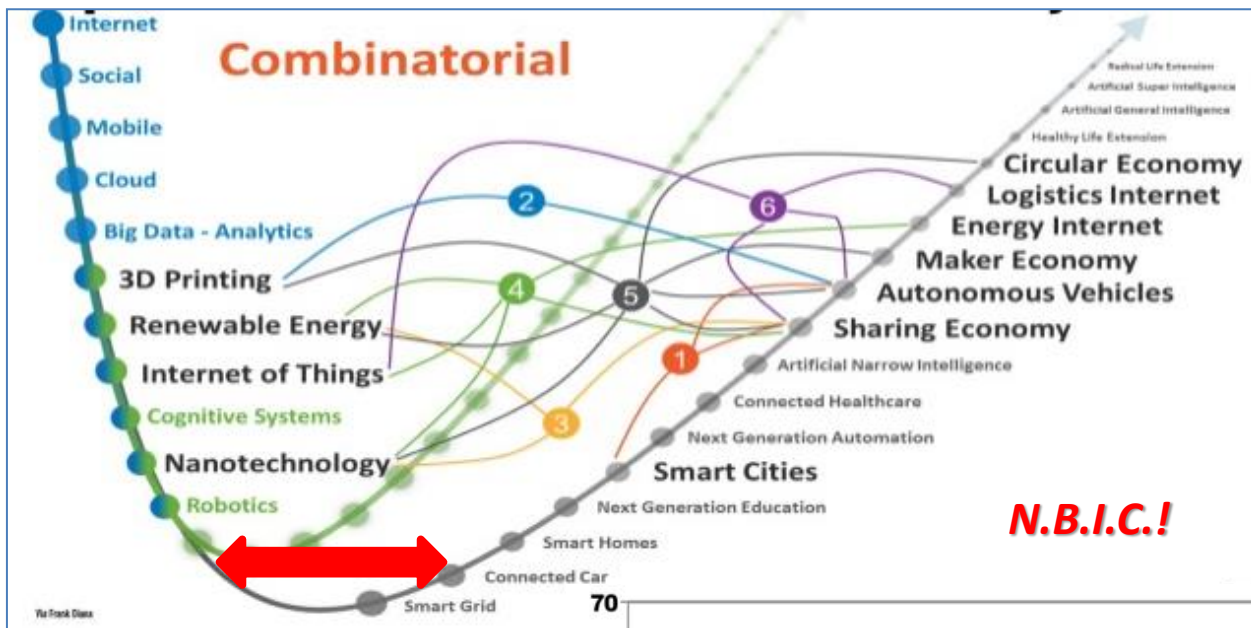


# INNOVÁCIÓS KIHÍVÁSOK

- **Extrém mértékben gyorsuló változások** minden téren = átmeneti fázisban vagyunk **két paradigma között** = ez a „death valley” = tömeges „kihalás” / „lecserélés”!
- Eddig mind a három technológiai (ipari) forradalom **szétrombolta a megelőző** gazdasági-társadalmi **működési módot**. Ugyanezt teszi a mostani **4.0 forradalom**... csak 10-15 év alatt!
- **Előre (nézés + látás + cselekvés)** nélkül esélytelen jól „átlépni” a „szép, új világba” = ami két szegmensre oszlik: **„győztesek” + „rezervátum”**
- **Mit célszerű látni:** ami **„eltűnésre / növekedésre van ítélve”** = termékek / szolgáltatások / technológiák / szakmák / ágazatok / kompetenciák / üzleti modellek / országok / szervezeti - szervezési megoldások, ....stb.



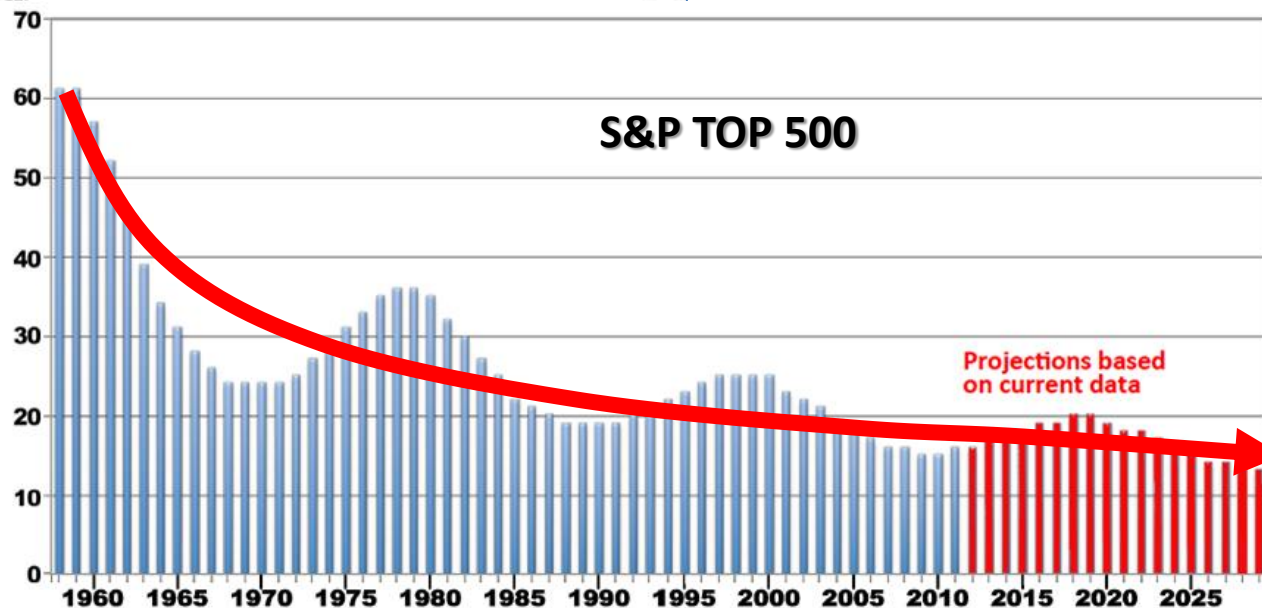
# INNOVÁCIÓS GAZDASÁG / TÁRSADALOM



**PÉLDÁTLAN JELENSÉG:  
ÖSZEFONÓDÓ MPT-K =  
ÁGAZATOK, VILÁGCÉGEK  
„TÖMEGES KIHALÁSA”!**



**NEM KÖTELEZŐ  
TUDOMÁSUL VENNI...**



# MINDEZ EXPONENCIÁLIS SEBESSÉGGEL!

Növekvő szakadékok = feszültségek:

- szektorok között
- szektorokon belül

Technológiai változás:  
4.0 ipari forradalom



Társadalmi  
változás

Üzleti  
változás

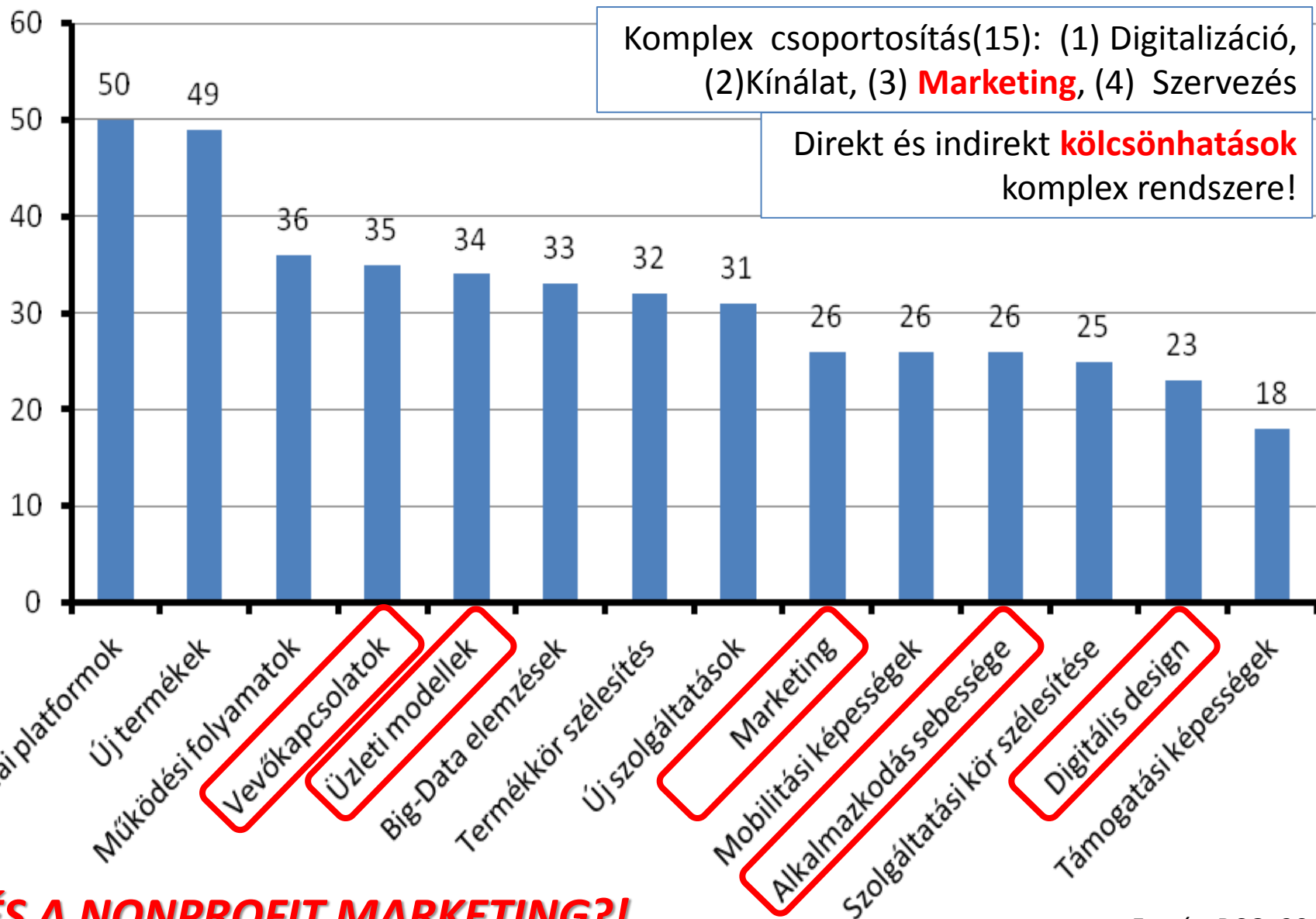
Politikai  
változás

Idő



# INNOVÁCIÓS KIHÍVÁSOK SZERVEZETI SZINTEN 2025-IG

(menedzserek 1500 fős reprezentatív mintája, OECD, 2015)



**ÉS A NONPROFIT MARKETING?!**



← **CSÖKKENŐ „DEI”**

**NÖVEKVŐ „DEI”** →

**FŐ HAJTÓERŐ A DIGITALIZÁCIÓ! „JOBBAN TELJESÍTÜNK?!”**

**DIGITÁLIS FEJLŐDÉSI INDEX (DEI) - 2015**

**LEÁLLÓK**

**KIEMELKEDŐK**

**FIGYELŐK**

**KITÖRŐK**

**IRÁNY A REZERVÁTUM?!**

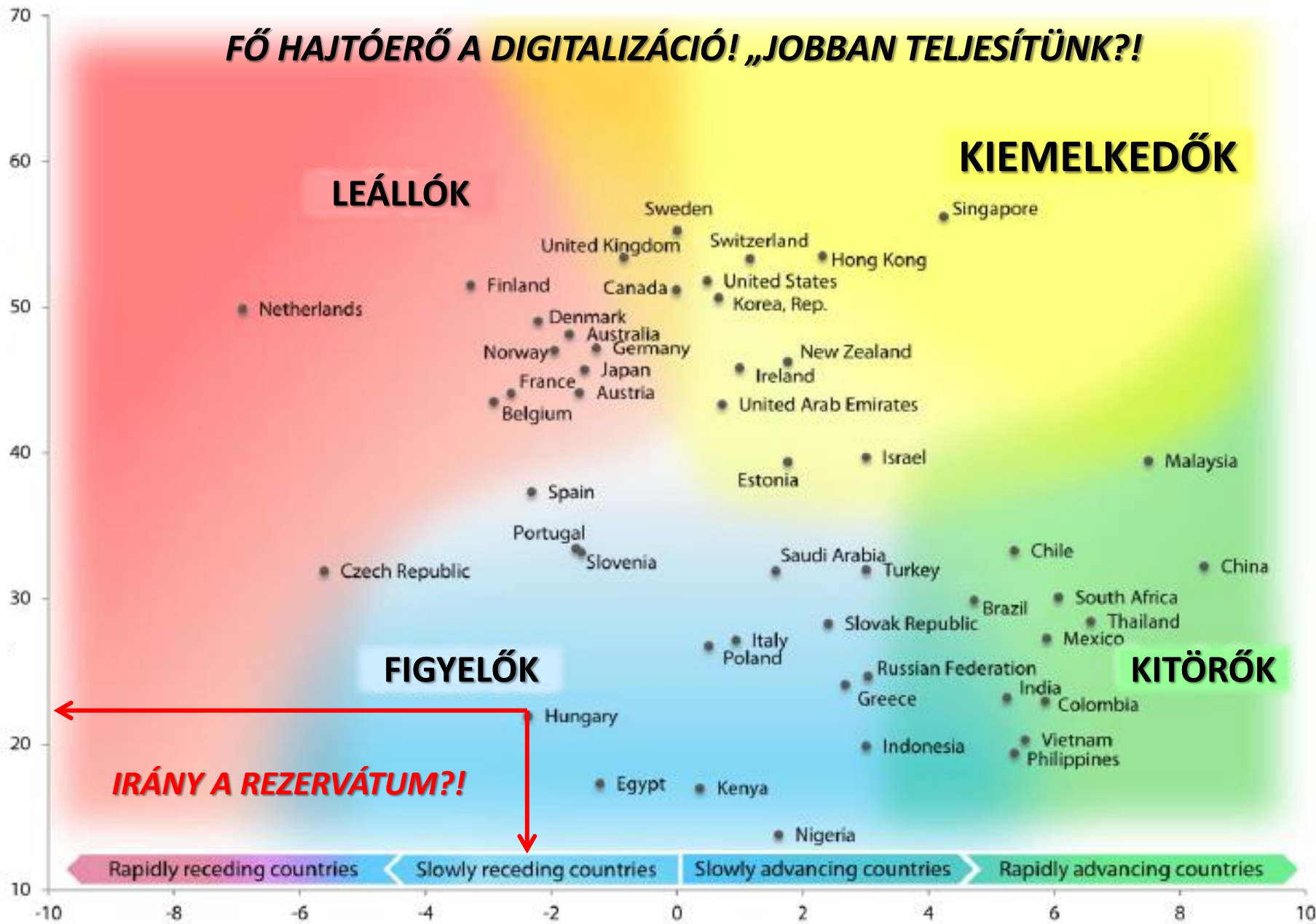
Rapidly receding countries

Slowly receding countries

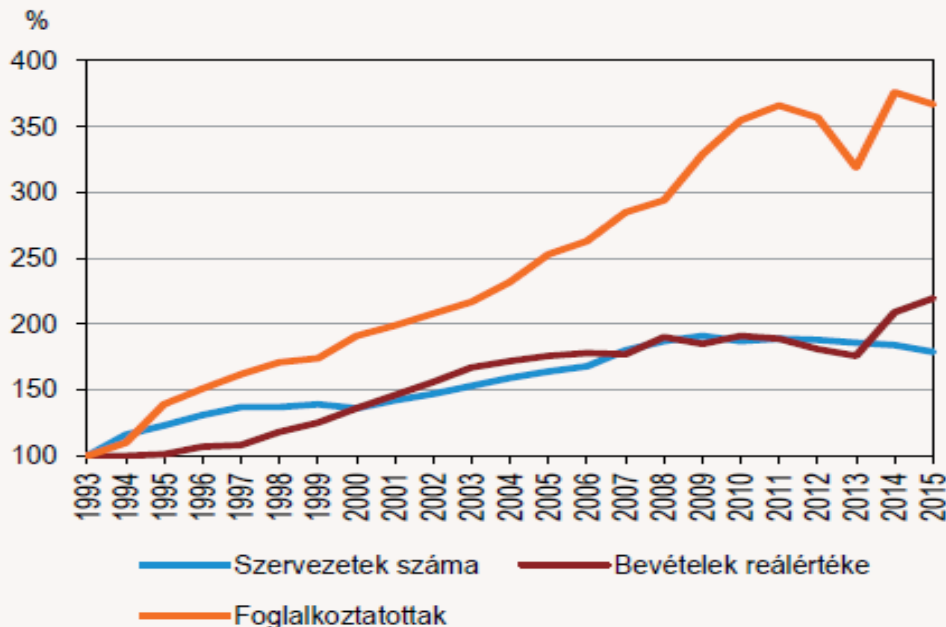
Slowly advancing countries

Rapidly advancing countries

**A DIGITÁLIS ÖKOSZISZTÉMA FEJLŐDÉSE – 2008-2015**



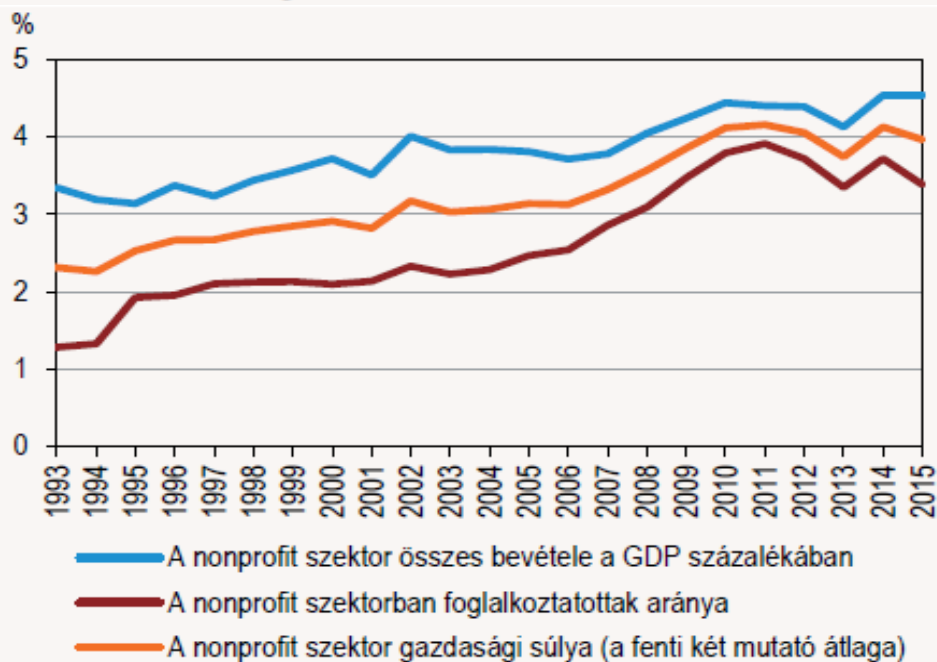
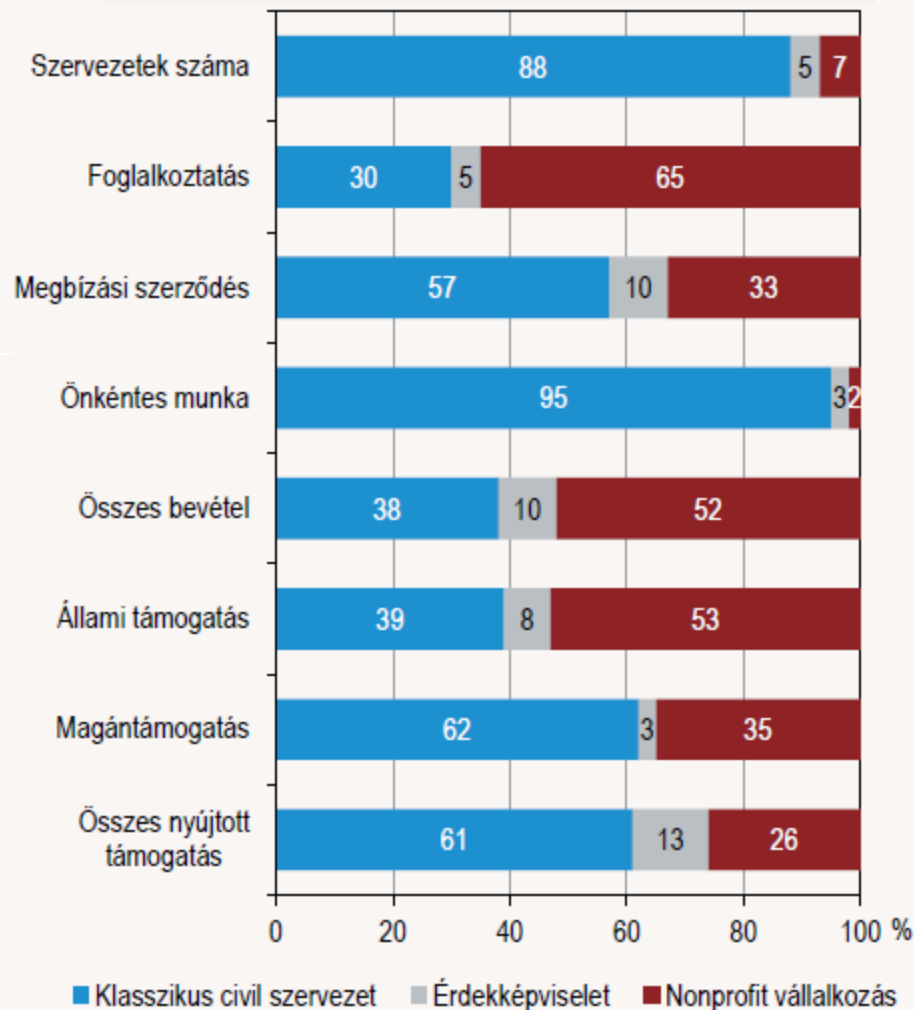
## A nonprofit szektor fejlődése (1993=100%)



## 2. NONPROFIT KÖRKÉP

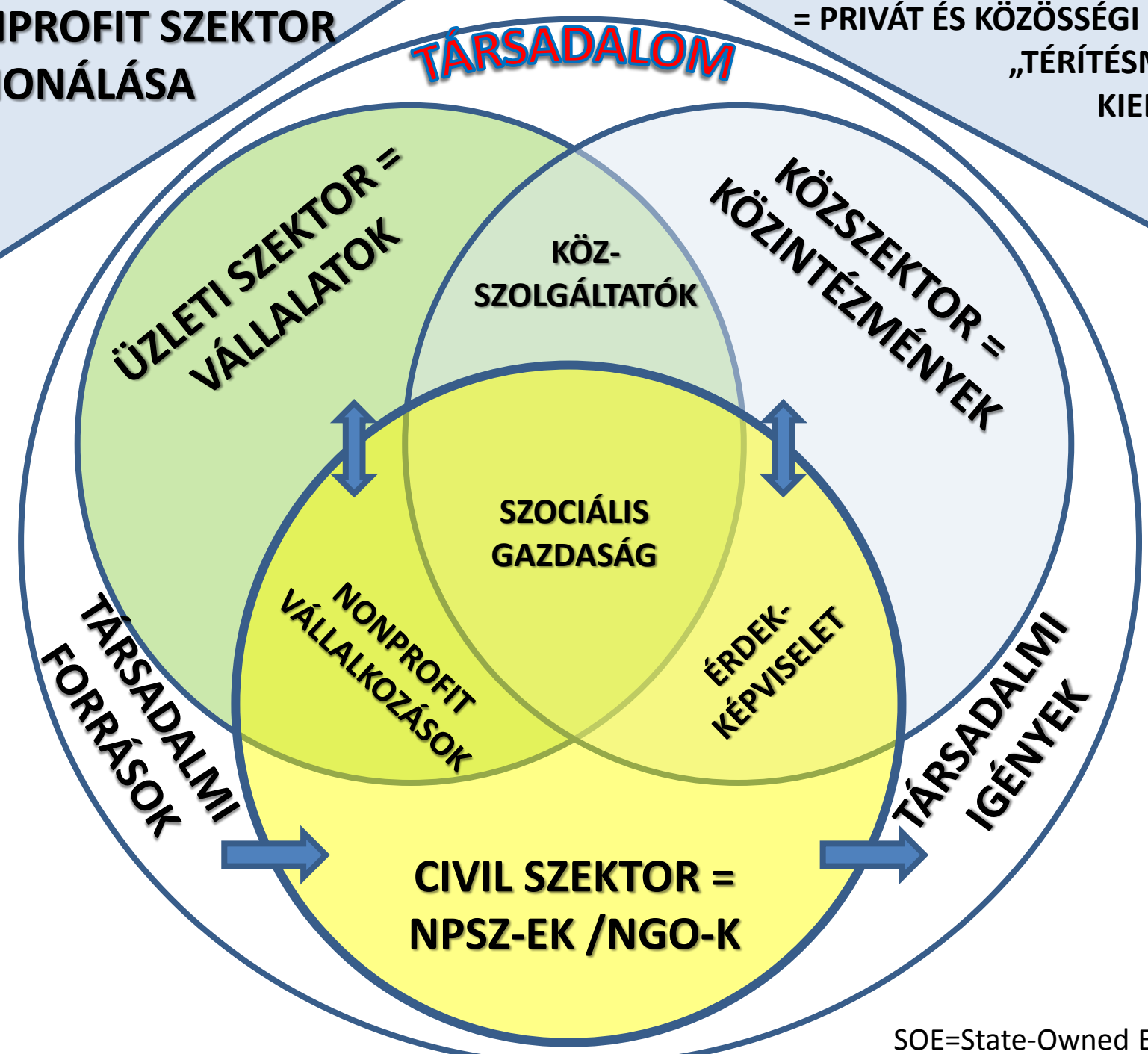
2016: 130 ezer NPSZ (=7%)

A nonprofit szervezetek fő típusainak súlya a szektoron belül (KSH, 2015)



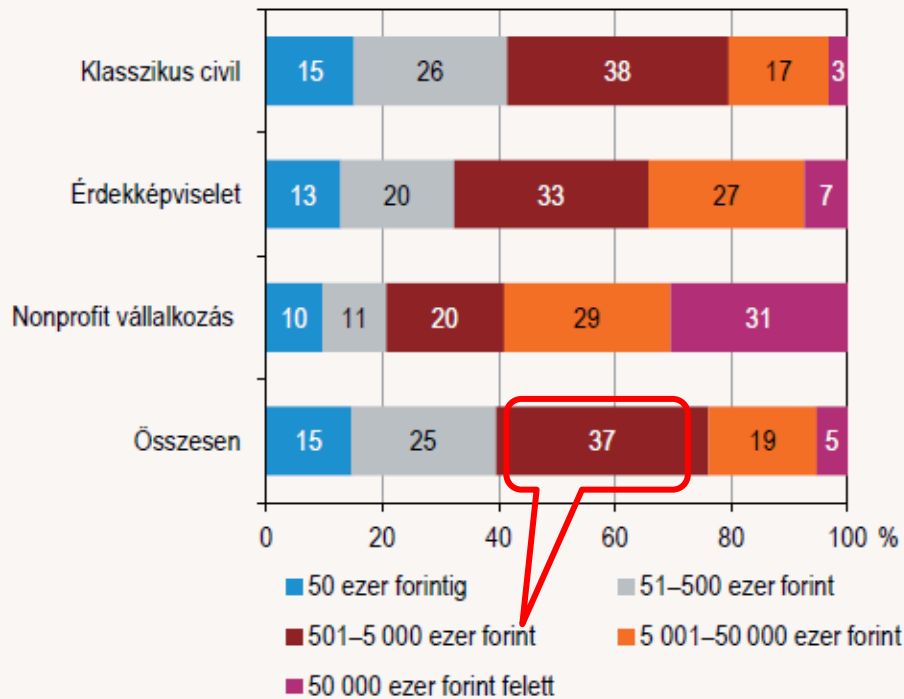
# A NONPROFIT SEKTOR POZICIONÁLÁSA

= PRIVÁT ÉS KÖZÖSSÉGI IGÉNYEK  
„TÉRÍTÉSMENTES”  
KIELÉGÍTÉSE

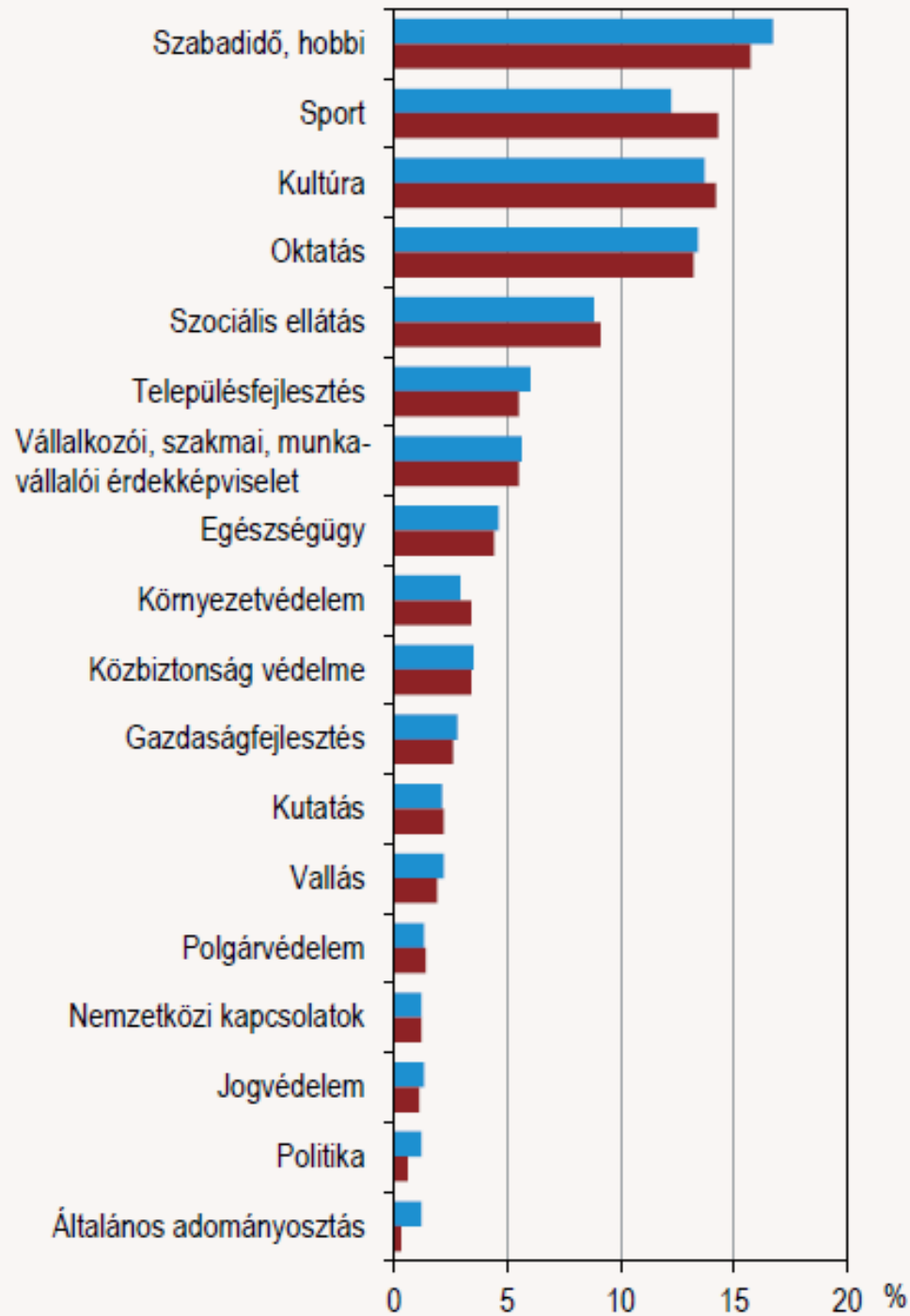


SOE=State-Owned Enterprise

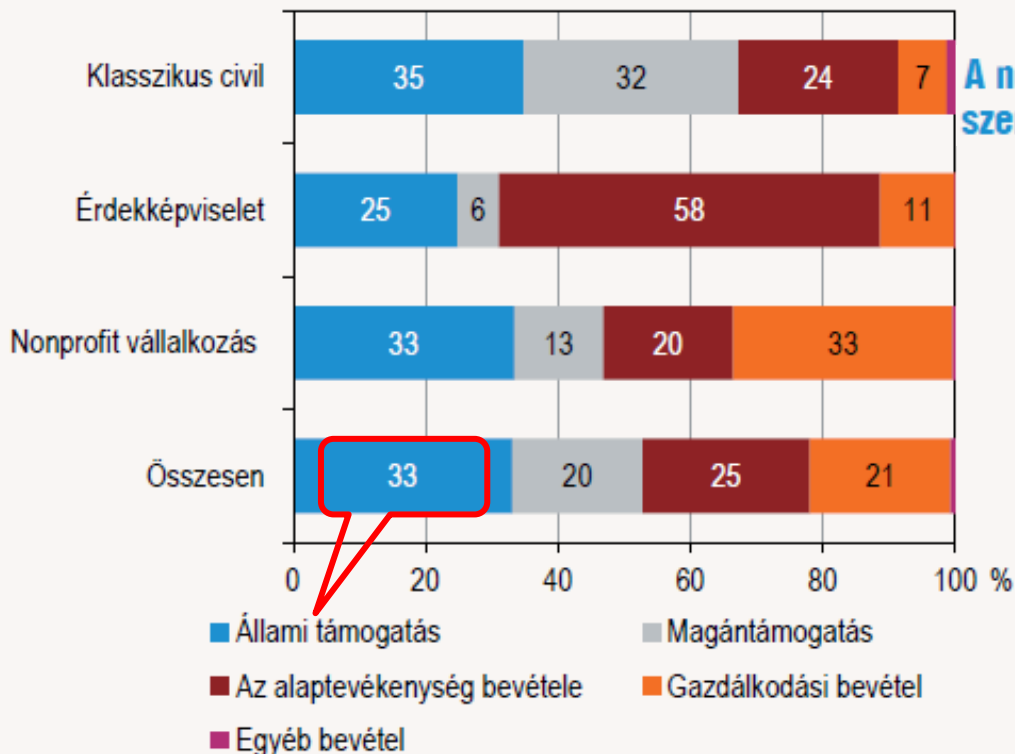
## A nonprofit szervezetek megoszlása bevéteknagyság szerint



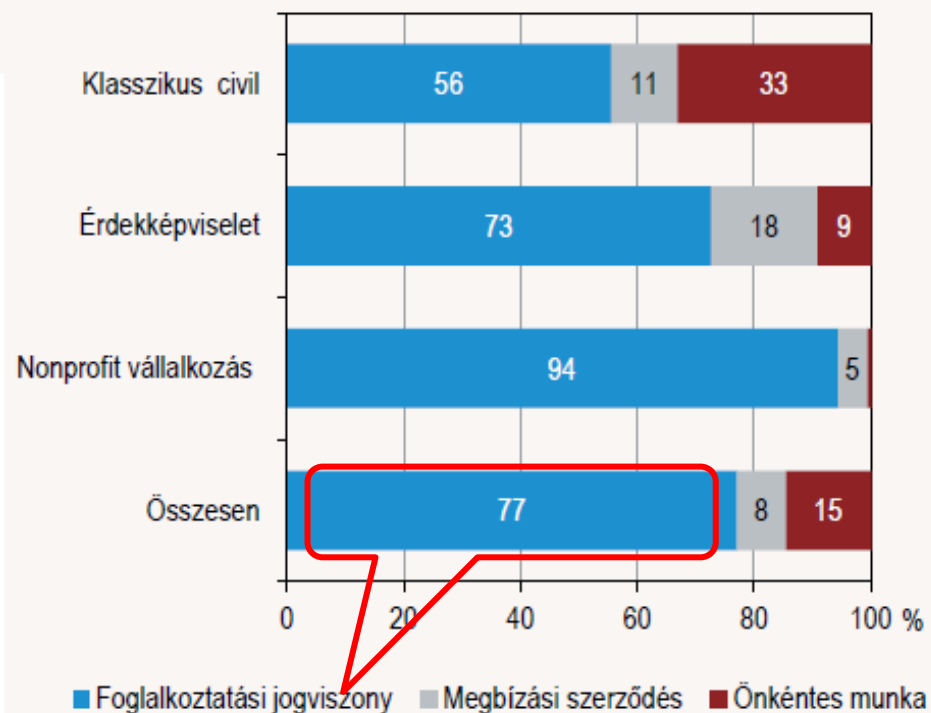
## A nonprofit szervezetek megoszlása tevékenységcsoportok szerint



## A nonprofit szervezetek bevételeinek megoszlása források szerint

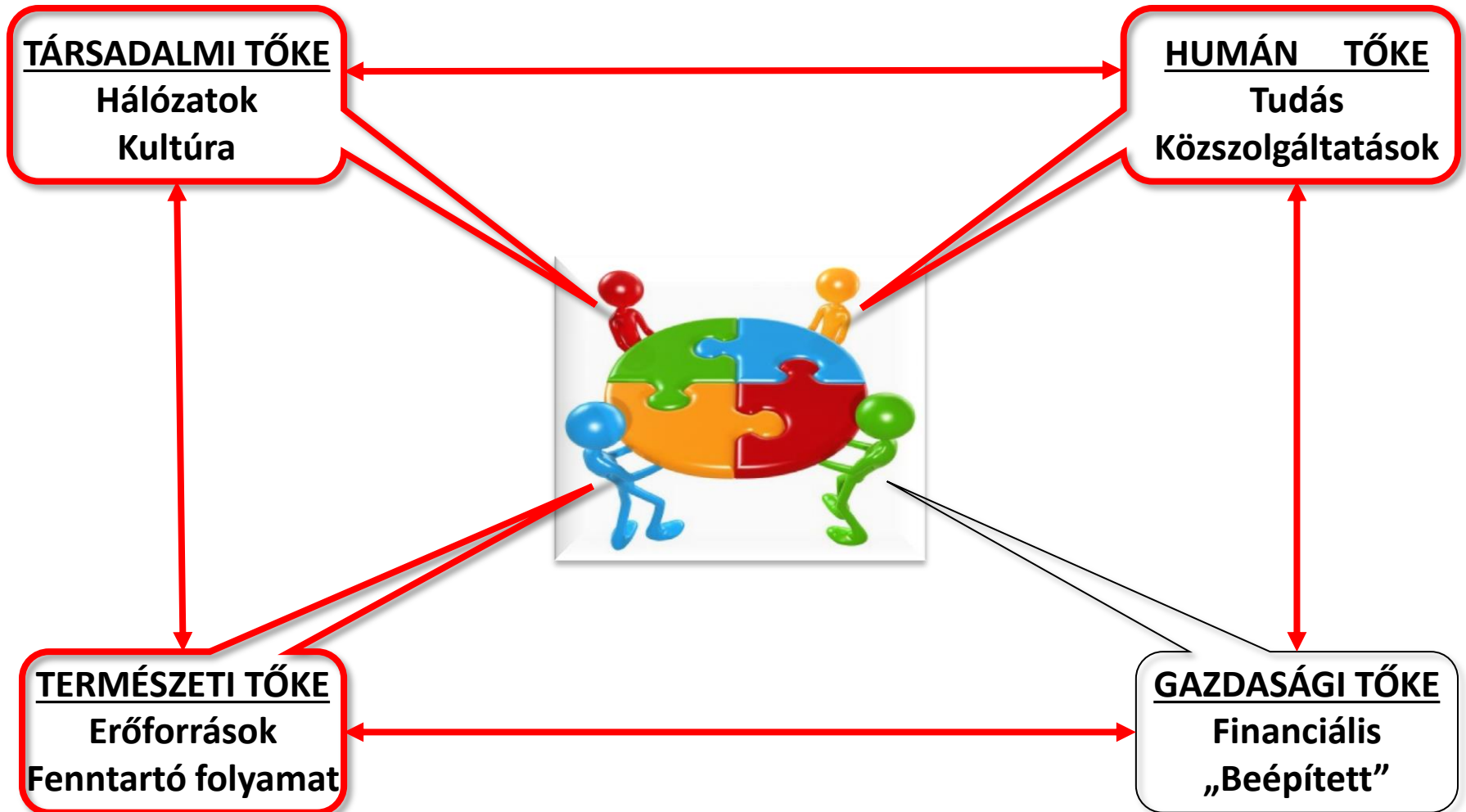


## A nonprofit szektor humánerőforrásának összetétele munkaidő-ráfordítás alapján





### 3. ÚJSZERŰ **NONPROFIT SZEREPEK**: VERSENYKÉPESSÉG?

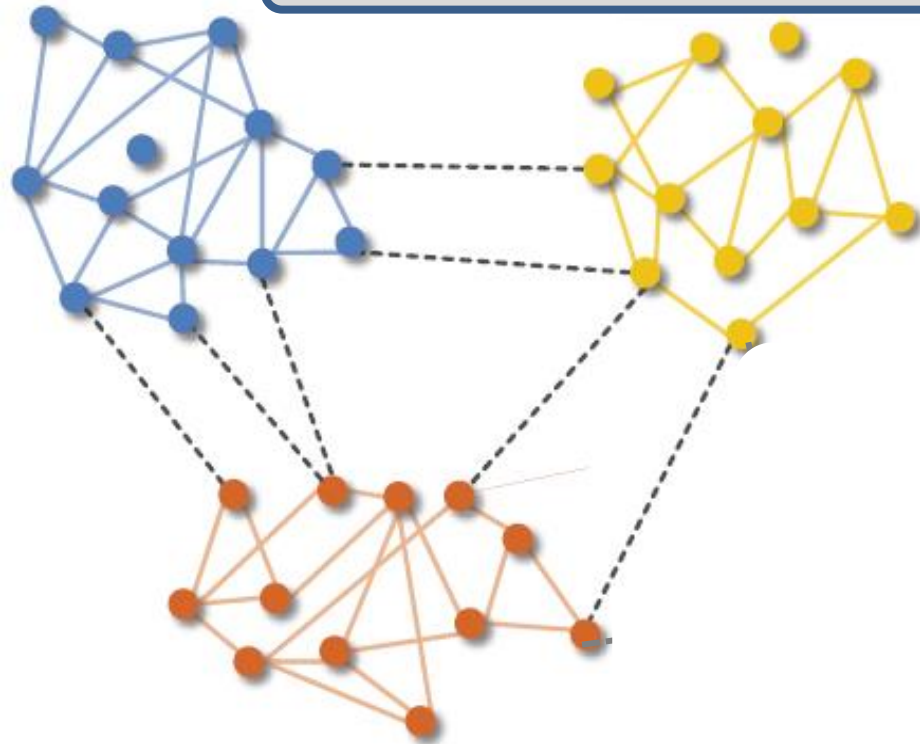


- Mindegyik „tőke” szükséges!
- Bármelyik lehet szűk keresztmetszet!
- Korlátozott helyettesíthetőség!

- Felértékelődő civil szektor = három tőke esetében fontos szerep!
- Átfedés a nonprofit - üzleti - innovációs – társadalmi marketing között!

# INNOVÁCIÓS ÖKOSZISZTÉMÁK

● K+F szféra ● Üzleti szféra ● Közsféra ● Civil szféra ● Term. környezet



Korábbi paradigma

„3 H” → „4 H” → „5 H”

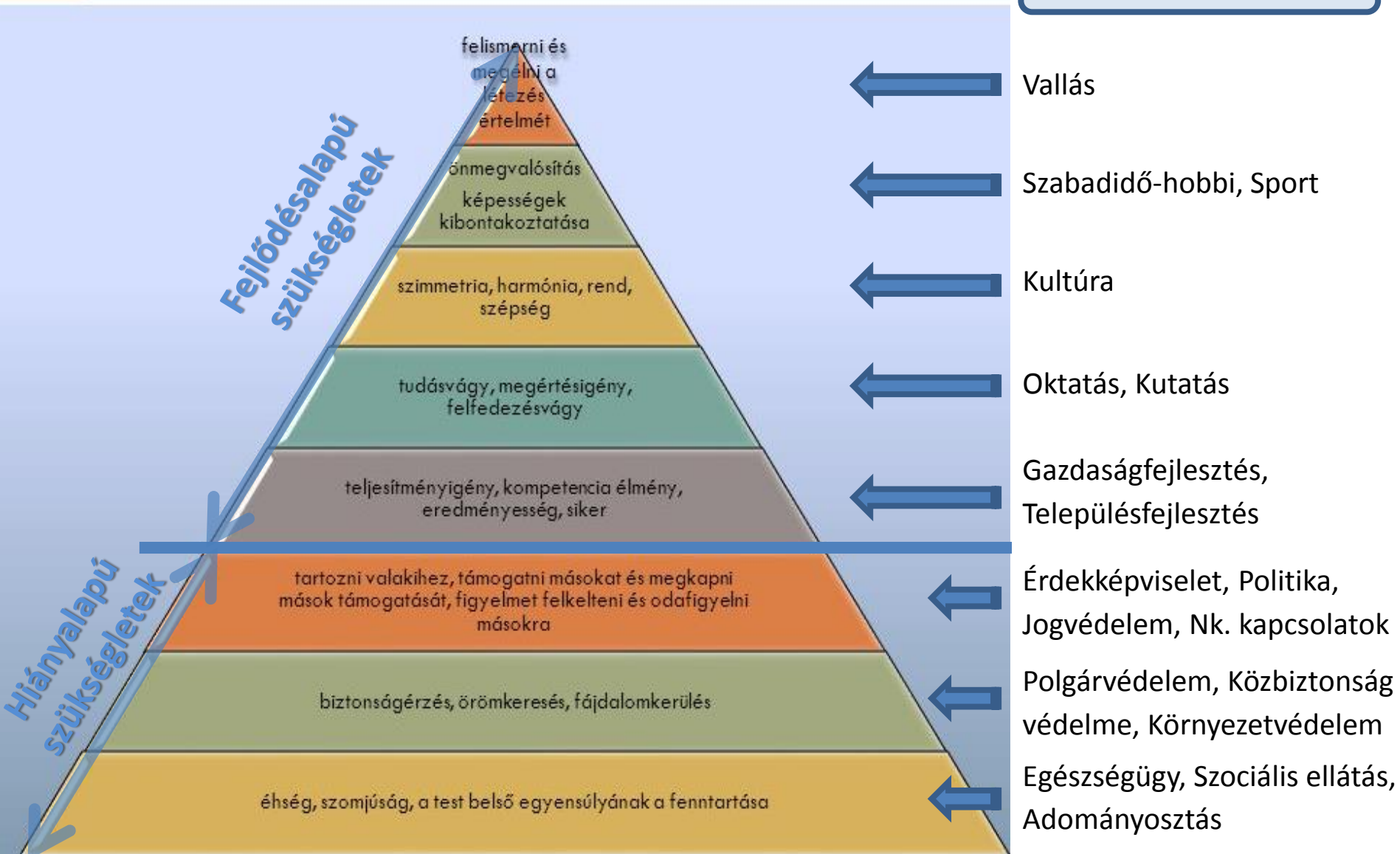
## 4. A NONPROFIT SZEKTOR KIHÍVÁSAI

- **„EGYÉNEK”**: átrendeződő igények + polarizáció kirekesztődés
- **„KULTÚRA”**: „multikulti” + populizmus erősödése
- **„POLITIKA”**: globális „játszmák” + konfliktusok
- **„JOGREND”**: jogállamiság + demokrácia megrendülése
- **„KÖZSZEKTOR”**: (köz)intézmények iránti bizalom gyors eróziója + transzparencia
- **„ÜZLETI SZEKTOR”**: etikusság + CSR előtérbe kerülése
- **„ÁRNYÉKGAZDASÁG”**: erősödő „haveri kapitalizmus”
- **„TERMÉSZETI KÖRNYEZET”**: fenntarthatósági válság

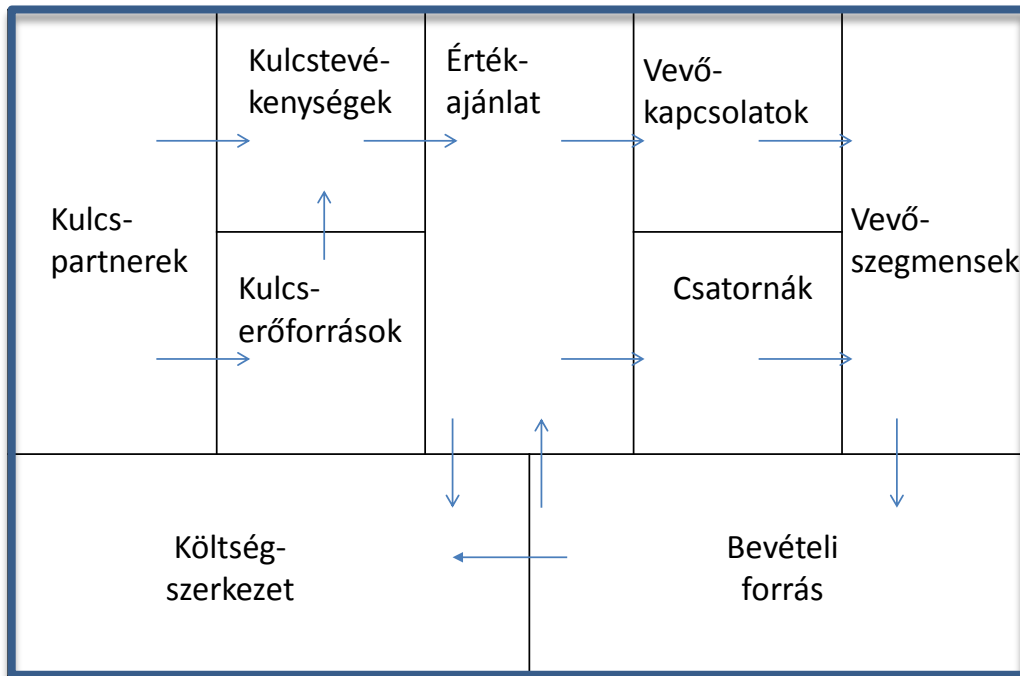
***GONDOLJUK CSAK VÉGIG A NONPROFIT MARKETING SZEMSZÖGÉBŐL!***

# MASLOW-FÉLE BŐVÍTETT SZÜKSÉGLETHIERARCHIA

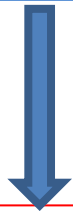
## NP-TEVÉKENYSÉGEK



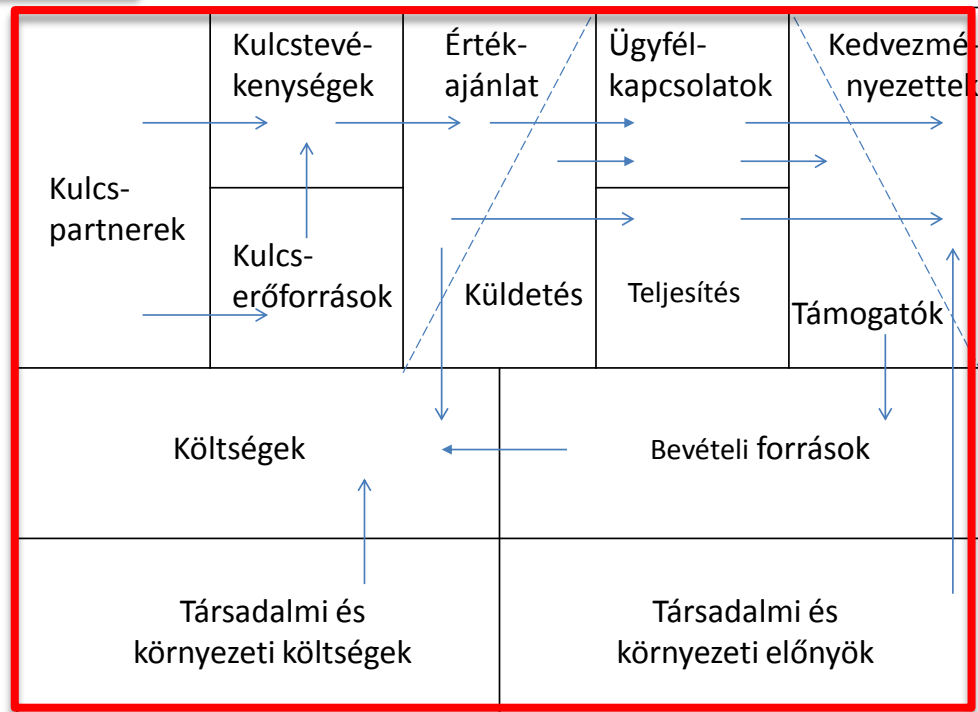
# INNOVATÍV NONPROFIT ÜZLETI MODELLEK MEGJELENÉSE



Klasszikus üzleti modell



Nonprofit üzleti modell





# MAGYAROK EURÓPÁBAN – KULTÚRÁNK JELLEMZŐI ÉS KIHÍVÁSAI

„ÖNSEGÍTÉS”

„HATALMI TÁV”

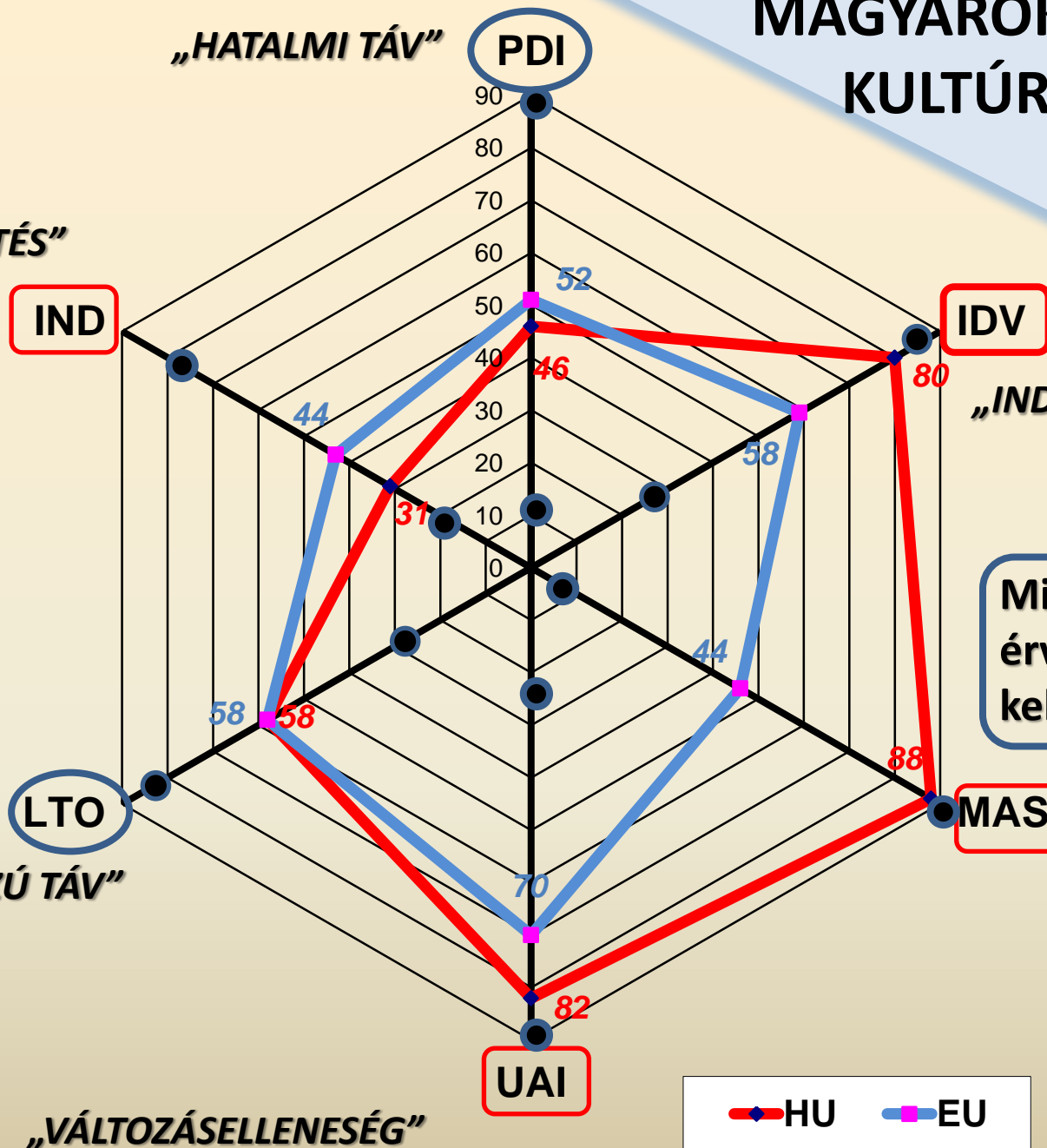
„INDIVIDUALIZMUS”

Minden szerepünkben  
érvényesül! Nem  
kellene alakítani?!

„HOSSZÚ TÁV”

„VERSENGÉS”

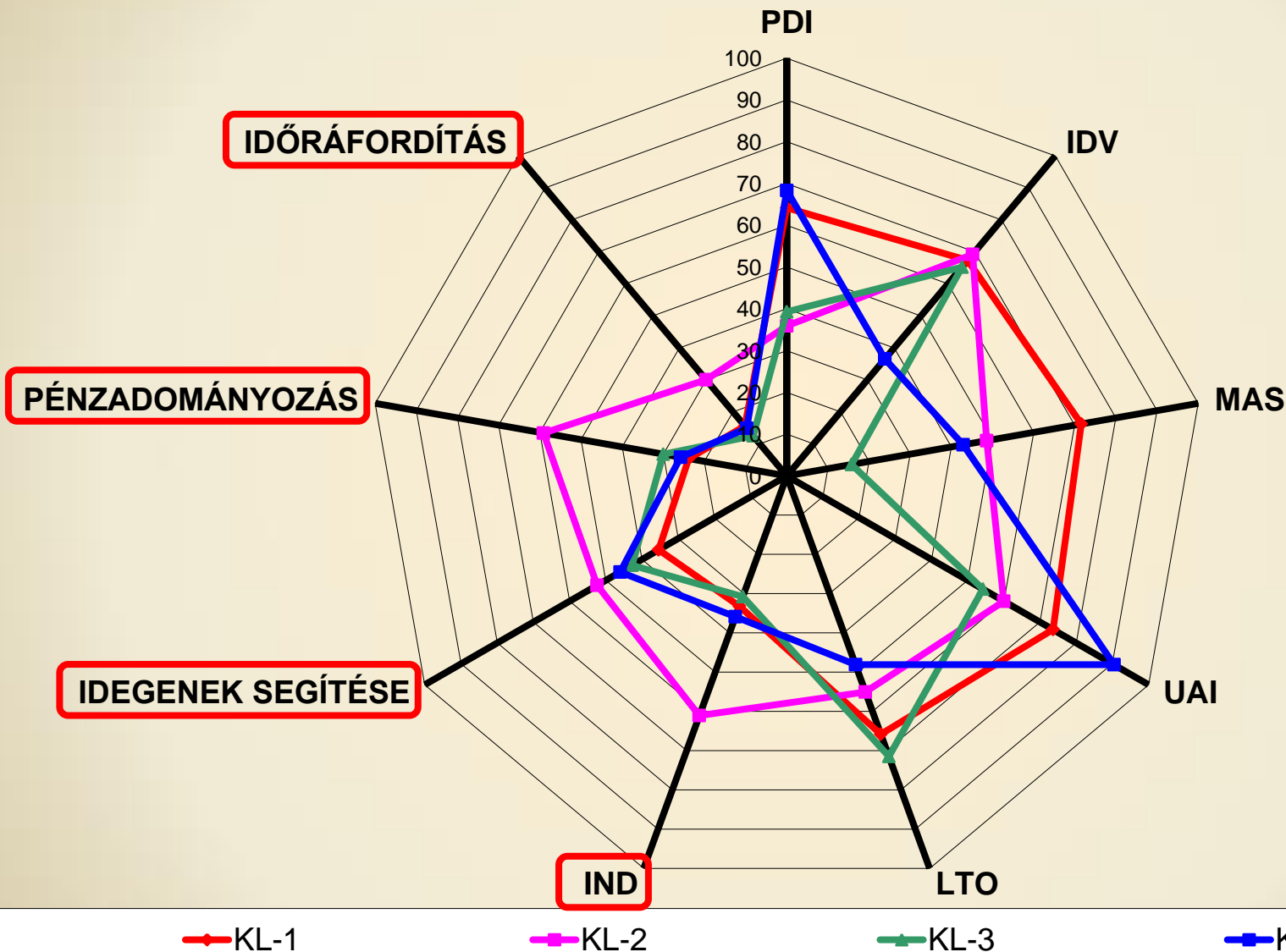
„VÁLTOZÁSELLENESÉG”



# A CAF-GIVING INDEX ÉS AZ ÉRTÉKRENDI MUTATÓK KAPCSOLATA (EU-28, 2016)

EREDETI MUTATÓK	FAKTOROK		
	F1: „SEGÍTŐKÉSZSÉG”	F2: „ÖNÉRDEK”	F3: „VERSENGÉS”
PDI=HATALMI TÁVOLSÁG	-,329	<b>-,735</b>	,212
IDV=INDIVIDUALIZMUS	,076	<b>,867</b>	,219
MAS=VERSENGÉS	-,051	-,077	<b>,944</b>
UAI=RIZIKÓKERÜLÉS	-,165	<b>-,795</b>	,203
LTO=HOSSZÚTÁV	<b>-,681</b>	,352	,179
IND=ÖNSEGÍTÉS	<b>,845</b>	,347	,043
IDEGENEK TÁMOGATÁSA	<b>,780</b>	,135	-,248
PÉNZADOMÁNYOK	<b>,775</b>	,514	,049
ÖNKÉNTES IDŐ- RÁFORDÍTÁS	<b>,764</b>	,342	,137

# KLASZTEREK KÖZÖSSÉGI PROFILJA (EU-28, 9 MUTATÓ)



CZ,FR,HU, IT,SK

AU,BE,DM, FI,GE,IR, LU,MT,NL,UK

EE,LV,LT,SW

BL,CR,CY,GR,PL,PT,RO,SL,ES

# KLASZTEREK KÖZÖSSÉGI PROFILJA (3 FAKTOR, EU-28)

SEGÍTŐKÉSZSÉG

1,5  
1,0  
0,5  
0  
-0,5  
-1,0  
-1,5

**VERSENGÉS**

**ÖNÉRDEK**

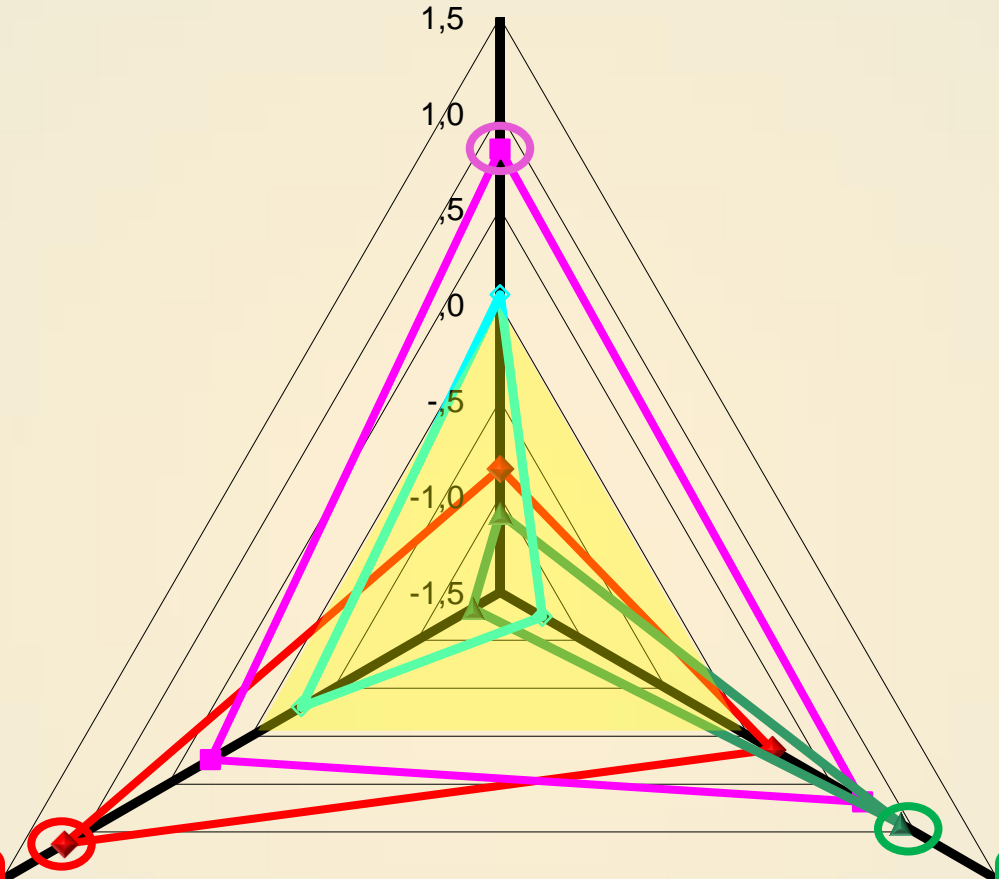
◆ KL-1      ■ KL-2      ▲ KL-3      ◆ KL-4

CZ,FR,HU, IT,SK

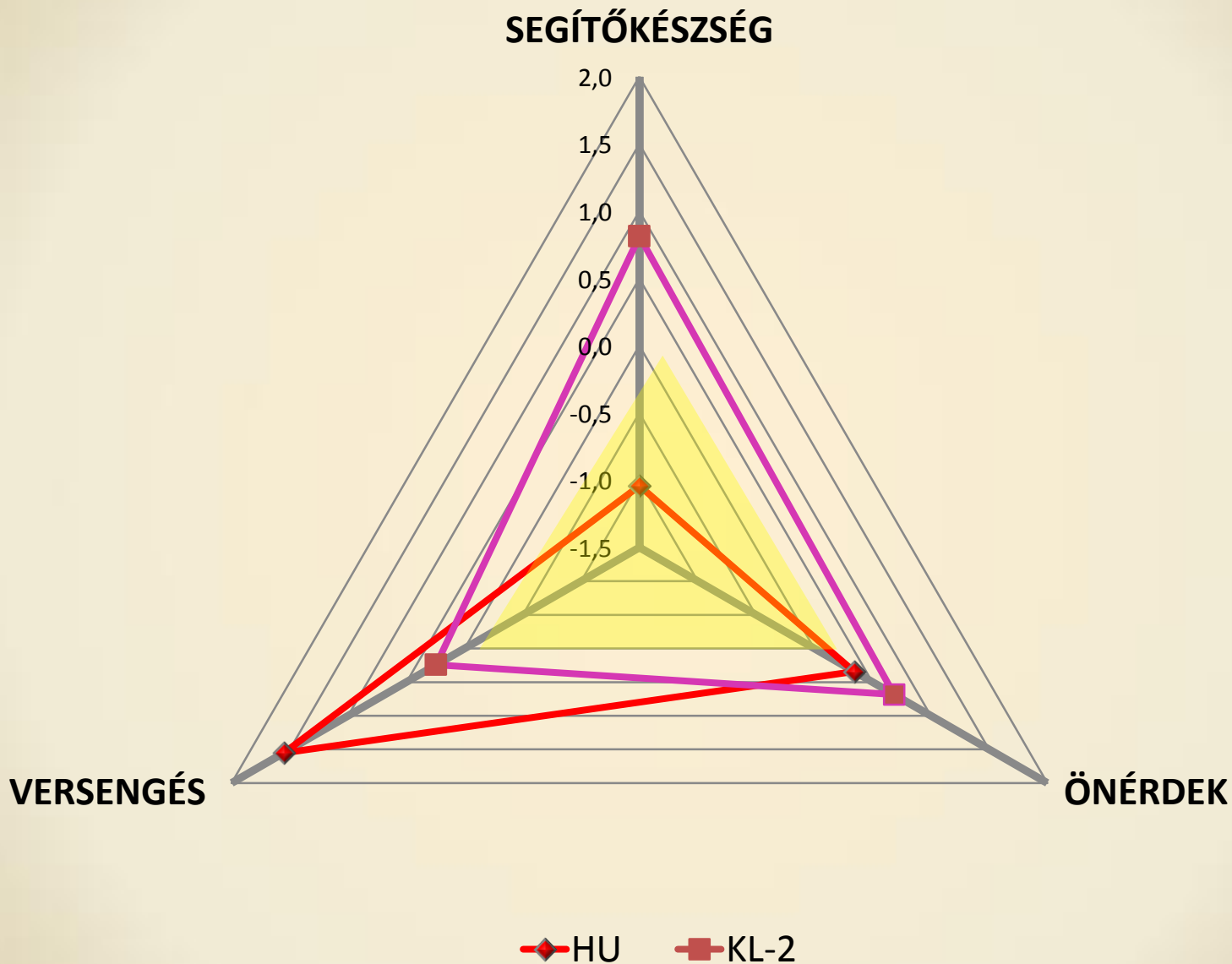
AU,BE,DM, FI,GE,IR,  
LU,MT,NL,UK

EE,LV,LT,SW

BL,CR,CY,GR,PL,PT,  
RO,SL,ES



# MAGYARORSZÁG ÉS A LEGSEGÍTŐKÉSZEBB KLASZTER PROFILJA





# KONKLÚZIÓK

- Paradigmaváltás közben vagyunk – a nonprofit szektorban is!
- Új megvilágításban a „forrásmarketing” – „belső marketing” – „piaci marketing”!
- Felértékelődő nonprofit szerepek:  
versenyképesség – társadalmi értékrend  
formálása – üzleti modellek – igények kielégítése
- Legnagyobb fenyegetés a társadalmi kohézió felbomlása = hol van egy erős nonprofit szektor?!