

OTDK-Dolgozat

2025

Kodolányi János Egyetem
Vállalkozásfejlesztés mesterszak



Innováció és digitalizáció a vállalkozásfejlesztésben

Innovation and digitalisation in business development

Silkó Noémi Vanessa

Konzulens: Dr. habil. Malatyinszki Szilárd

Kézirat lezárásának dátuma: 2025.01.12.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1.1. A dolgozat felépítése és módszertana	2
2. Ábrajegyzék	3
3. Táblázatok jegyzéke.....	4
4. Szakirodalmi áttekintés	5
4.1. Az innováció fogalma és jelentősége a vállalkozásfejlesztésben	5
4.2. Digitalizáció és technológiai innováció hatása a versenyképességre	9
4.3. Kis- és középvállalkozások innovációs jellemzői és korlátai.....	12
4.4. A mesterséges intelligencia	15
5. Anyag és módszertan	17
5.1. A saját vizsgálatom célja, kutatási kérdések, hipotéziseim	17
5.2. Vizsgálatom körülményei.....	18
5.3. Kutatási módszerek és minta bemutatása	19
5.3.1. Szekunder adatforrásokra épülő kutatás	20
5.3.2. Primer adatforrásokra épülő kutatás.....	20
5.3.3. Alkalmazott módszerek	24
6. Eredmények	27
6.1. Mélyinterjú a vállalkozás vezetőjével.....	27
6.2. A L'amour Weddings SWOT-Analízise	30
6.3. Kérdőíves vizsgálat eredményei	31
7. Következtetések és javaslatok	39
8. Összefoglalás	43
Felhasznált irodalom és források jegyzéke	44
Melléklet	47

1. Bevezetés

Dolgozatomban a digitalizáció és az innováció szerepének fontosságát fogom vizsgálni, hogy kutatásomban reprezentáljam, hogy napjainkban a kialakult bizonytalan gazdasági helyzetünkben szinte elengedhetetlen mind a digitalizáció, mind pedig az innováció bevezetése és használata, különösen a kis- és középvállalkozások tekintetében. A kutatásom első felében megvizsgáltam a digitalizáció és innováció fogalmát és azt, hogy hogyan alakultak ezek a fejlesztések az elmúlt évek alatt a vállalkozások tekintetében. Továbbá azt is szerettem volna megvizsgálni, hogy a jövőre nézve milyen változásokat okozhat, amelyekkel a vállalkozóknak alkalmazkodniuk kell. Jelenleg az ilyesfajta fejlesztések fejlődési üteme annyira gyorsnak bizonyul, olyan kihívásokat és lehetőségeket teremt, hogy jelentős mértékben alakítják és formálják a vállalkozások működését versenyképességét és piaci helyzetét. Mára már szinte elengedhetetlen egy vállalkozó számára, hogy ilyesfajta fejlesztések nélkül működjenek, fontos számukra, hogy minél gyorsabban tudjanak alkalmazkodni az aktuális újításokhoz, trendekhez. Ezen felül a dolgozatomban még egy újonnan indult vállalkozást is megvizsgáltam, hogy összetettebb képet kapjak arról, hogy kezdőként milyen kihívást okozhatnak ezek a fejlesztések, illetve, hogy milyen lehetőségeket rejtenek a friss vállalkozók számára. Továbbá kérdőíves megkérdezést folytattam, hogy egy átfogóbb képet kapjak arról, ha többféle iparágban működő és különféle méretű vállalatokat nézve milyen kihívásokkal, lehetőséggel találkozhatnak egyes vezetők, illetve számukra milyen lehetőséget rejtenek ezek a fejlesztések. Ezután a dolgozatomat hipotézisvizsgálattal folytatom.

A dolgozatomhoz a következő célkitűzéseket fogalmaztam meg:

C1: A digitalizáció hatásának elemzése a vállalkozások tekintetében

C2: A digitalizáció, innovációs módszerek, AI bevezetésének vizsgálata

C3: A L'amour Weddings megismerése, a vállalkozás SWOT-analízisének elkészítése

C4: A digitalizációs és innovációs fejlesztések vizsgálata a megkérdezett vállalkozások tekintetében.

1.1. A dolgozat felépítése és módszertana

Szakirodalom feldolgozás	- Az innováció fogalma és jelentősége a vállalkozásfejlesztésben - Digitalizációs és technológiai innováció hatása a versenyképességre - AI megjelenése és szerepe a vállalkozások mindennapjaiban
Anyag és módszertan	- Saját vizsgálatom körülményeinek bemutatása (interjú, kérdőív) - Hipotézisek felállítása
Eredmények	- Mélyinterjú elemzése - SWOT-Elemzés elkészítése - A kutatáshoz készített kérdőív kiértékelése, elemzése
Következtetések, javaslatok	- Hipotézisek igazolása vagy elvetése - A kapott eredmények összegzése

1. ábra: Dolgozatom felépítése
Forrás: Saját szerkesztés, (2024)

2. Ábrajegyzék

1. ábra: Dolgozatom felépítése.....	2
2. ábra: Az innováció tényezői.....	7
3. ábra: A digitális transzformáció különböző szervezeti nézőpontokból.....	10
4. ábra: A L'amour Weddings logója.....	18
5. ábra: A kitöltők megoszlása a vállalkozásban való szerepük szerint	21
6. ábra: A kitöltők megoszlása lakhelyük szerint.....	22
7. ábra: A kitöltők megoszlása életkoruk alapján	22
8. ábra: A SWOT-analízis modellje	24
9. ábra: A vállalkozások iparág szerinti megoszlása	31
10. ábra: Vállalkozás létszám szerinti megoszlása.....	31
11. ábra: A vállalkozások digitalizációs/innovációs fejlesztéseinek használatának megoszlása	32
12. ábra: A digitalizáció/innovációs fejlesztések fontosságának megoszlása	33
13. ábra: Az innovációs/digitalizációs eszközök bevezetésének indokainak megoszlása.....	33
14. ábra: Innovációs/digitalizációs eszközök használata a különböző területeken	34
15. ábra: Innovációs/digitalizációs eszközök használata terve a jövőben különböző területeken	35
16. ábra: A vállalkozók szerinti digitalizációs folyamatok költség szintjének megoszlása	36
17. ábra: A vállalkozások digitalizációs eszközökre fordított, havi átlagos ráfordításainak megoszlása	37
18. ábra: A digitalizációs/innovációs bevezetések felmerülő kihívások megoszlása	37
19. ábra: Jövőbeli tervek megoszlása az innovációs/digitalizációs fejlesztésekre.....	38
20. ábra: A digitalizációs folyamatok komplexitásának megoszlása	40
21. ábra: A válaszadók véleményének megoszlása a mesterséges intelligencia jövőbeli munkaerő kiváltásról	42

3. Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Innovációtípusok és azok osztályozásának módja	8
2. táblázat: A hatékony digitális transzformáció 10 lépésben összefoglalva	11
3. táblázat: A szekunder és primer kutatások összehasonlítása	19
4. táblázat: Szekunder kutatásra épülő célok	20
5. táblázat: Primer kutatásokra épülő célok, adatbázisok, módszerek	26
6. táblázat A L'amour Weddings SWOT-elemzése.....	30
7. táblázat: A digitalizációs hatások a vállalkozásokra	39
8. táblázat: A χ^2 próba számítás eredményei	41

4. Szakirodalmi áttekintés

4.1. Az innováció fogalma és jelentősége a vállalkozásfejlesztésben

Innováció fogalma

*„Az **innováció** egy új, vagy egy jelentősen javított termék (áru vagy szolgáltatás), vagy eljárás, egy új marketing módszer, vagy az új szervezeti módszer az üzleti gyakorlatban, munkahelyi szervezetben vagy a külső kapcsolatokban (Katona, 2006, old.: 11)”.*

Innováció fajtái

Az innovációt az évek során nagyon sok kutató, elemző nagyon sokféleképpen kategorizálta. Azonban a legtöbb esetben 3 fő fajtára szoktak hivatkozni, ugyanis ezek lehetővé teszik a különböző innovációs típusok egyszerűbb és áttekinthetőbb besorolását, ezáltal is támogatva a vállalatokat abban, hogy könnyebben és hatékonyabban sorolják be, illetve alkalmazzák az innovációt (Hoffer, 2023).

1. **Termékinnováció:** A termékinnováció lényege, hogy egy termék tulajdonságait vagy teljesítményét jelentősen javítsa, illetve új funkciókat vagy előnyöket nyújtson a leendő felhasználóknak. Ez a fajta innováció magában foglalja mind a digitális termékek és szolgáltatások fejlesztését, mind pedig a designban megvalósítható átfogó változtatásokat, amelyek nem csupán esztétikai, hanem felhasználhatósági és működésbéli értékkel bírnak. Emellett viszont nem tekinthető termékinnovációnak az, ha egy vállalkozás egy másik cégtől vásárolt új terméket értékesít, vagy ha a terméken kisebb, csak külső megjelenést érintő módosításokat hajt végre, amelyek nem befolyásolják annak működését vagy felhasználói élményét (Hoffer, 2023).
2. **Folyamatinnováció:** A folyamatinnováció lényege, hogy új szállítási, termelési, vezetői megközelítéseket, fejlesztési lehetőségeket vagy technológiákat vezet be, melyeknek célja főként a működés hatékonyságának növelése. Az ilyesfajta innováció mindig a szervezeten belülről indul el, így a vállalat maga szolgál kiindulási/vizonyítási alapként a változások megvalósításához és hatásának méréséhez. Fontos ezen felül megkülönböztetni a folyamatinnovációt, mint célzott fejlesztést, és az innováció folyamata közötti különbséget, amely utóbbi viszont az ötleteléstől a megvalósításig tartó tevékenységek összességét jelenti. A vállalati ötletelési és fejlesztési, viszonyítási folyamatok végeredménye tehát nem csakis kizárólag az

innováció új termékekre gyakorolt hatása, hanem a belső folyamatok átalakításával is képes hozzájárulni a vállalat hatékonyabb, fejlődőképesebb működéséhez (Csizmadia, 2023).

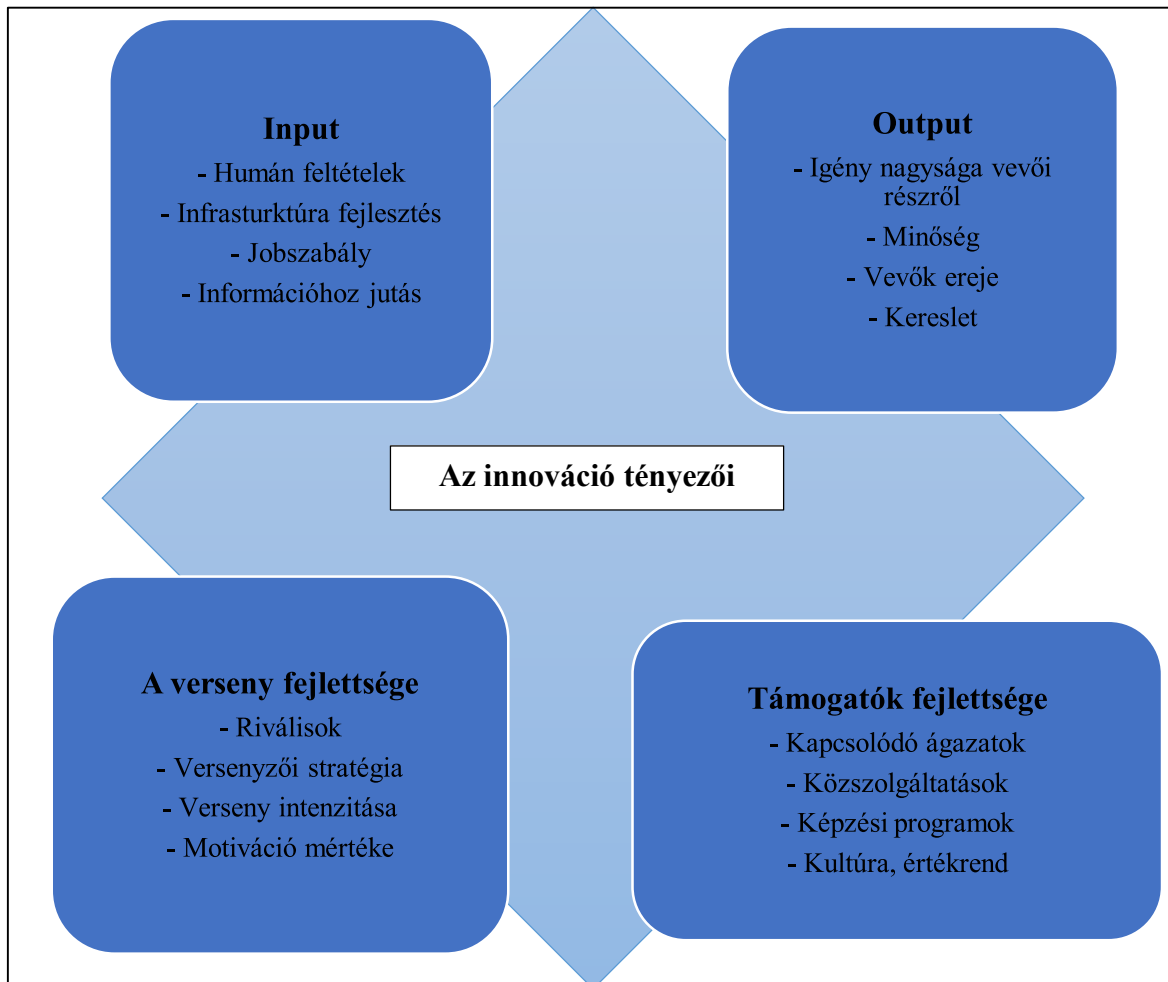
3. **Szervezeti innováció:** A szervezeti innováció lényeg az, hogy felismerés képezi, hogy a szervezet, vállalat által alkalmazott jelenlegi stratégiák vagy megoldások és a vállalatirányítási jellemzők között különbségek alakulnak ki, amelyek főként a hatékonyságbeli esetleges eltéréseket mutatják meg. Ez az eltérés azt prezentálja, hogy a belsőleg kialakított kezdetleges, folyamatban lévő struktúrák és folyamatok már nem felelnek meg sem a környezeti és a stratégiai célok által támasztott igényeknek, így ahhoz, hogy a szervezet a továbbiakban is megfelelő hatékonysággal működjön különböző változtatások szükségesek. Ezen innováció elmélete szerint a környezeti, a vállalati és a stratégiai magatartás összhangja biztosítja a szervezeti, vállalati hatékonyságot, ezért ha bármelyik tényező hanyatlásnak indul, akkor kénytelenek leszünk ezen változtatni, hogy a továbbiakban is sikeres legyen a működés (Chikán, 2020).

Ezen három fő típus jól lefedi az innovációk legfontosabb területeit, és segítenek a vállalatoknak, vállalkozóknak abban, hogy reflektáljanak a piac folyamatosan változó igényeire és versenyelőnyhöz jussanak (Chikán, 2020).

De ezen három fő kategorizálást leszámítva többen, többféleképpen osztották fel több kategóriára az innovációt. Ilyen volt például Paul Trott is, aki a következőként osztotta fel az innováció fajtáit a három alaptípuson felül (Trott, 2017).

1. **Szervezetinnováció:** A szervezetinnováció lényegében magában foglalhatja egy új szervezeti egység, belső kommunikációs rendszer, például SAP vagy elszámolási folyamat, például egy ERP rendszer bevezetését is, amelyek elősegíthetik a vállalatirányítási rendszerek hatékonyabb, könnyebb működését.
2. **Menedzsmentinnováció:** Ebbe a törzsfogalomba tartozhatnak a vezetési rendszerek megújításának folyamatai, mint például a teljeskörű minőségmenedzsment vagy a vállalati folyamatok újra- vagy teljeskörű átszervezése, amelyeknek célja főként a hatékonyság növelése és a szervezeti teljesítmény pozitív irányú fejlesztése.
3. **Termelésinnováció:** Az ilyesfajta innovációk fő célja, hogy a legmegfelelőbb módon optimalizálja a termelési folyamatokat vagy például a "just-in-time" rendszer bevezetése vagy a tervezési folyamatok különféle alkalmazása.

- 4. Kereskedelmi/marketinginnováció:** Ez magában foglalhat új értékesítési stratégiákat, például a direkt- vagy online marketinget, AI bevezetését vagy innovatív finanszírozási sémákat, amelyek a fogyasztók elérését és megtartását segítik (Trott, 2017).



2. ábra: Az innováció tényezői
Forrás: (Lukács, 2012)

A 2. ábra az innováció tényezőit szemlélteti. Az ábrán négy fő tényező szerinti csoportosítást figyelhetünk meg. Véleményem szerint a felsorolt tényezők közül az innováció sikerességét a tényezők harmóniája elengedhetetlen ahhoz, hogy elérjük a végső célunkat.

Az innováció számottevően sokféleképpen megfogalmazható, kategorizálható, osztályozható. Ebből kifolyólag a kutatások alapján az innováció tárgya és mértéke alapján különféle típusokba rendezhetjük őket. Az 1. táblázat szemlélteti az innovációtípusokat és azoknak az osztályzási rendszereit mutatja be (Deák, 2023).

1. táblázat: Innovációtípusok és azok osztályozásának módja
Forrás: (Deák, 2023)

A típusok megkülönböztetésének alapja	Innováció típusai
Újszerűsége szerint	➤ Radikális ➤ Inkrementális VAGY ➤ Fenntartó ➤ Diszruptív
Tárgya szerint	➤ Termék (szolgáltatás) ➤ Üzleti folyamat
Szervezetten belüli iránya szerint	➤ Lentről felfelé ➤ Fentről lefelé
A tudás forrása szerint	➤ Nyílt ➤ Zárt
Az innováció kiváltója szerint	➤ A piac húzása ösztönző ➤ A technológia nyomása indítja
Az újdonság szubjektív foka szerint	➤ Új egy vállalat számára ➤ Új egy piac vagy ipar számára ➤ Új az egész világ számára

4.2. Digitalizáció és technológiai innováció hatása a versenyképességre

Digitalizáció fogalma

A digitalizáció egy átfogóbb, viszonylag hosszabb folyamat, ahol a korábbiakban megszokott folyamatokat digitális formában végezzük vagy alakítjuk át. Fontos megemlíteni, hogy nem egy velünk született képesség, hanem mindenképp tanulandó, fejlesztendő. Az újabb generációk körében természetesen a mindennapos digitális átállások, változások miatt ez egyre könnyebben tanulható, de értelmezésére, szakszerű felhasználására mindenképp időt kell szánnunk. A digitalizációnak számos előnye és hátránya lehet nemcsak a vállalkozások esetében, de a magánéletben is sok esetben hasznát vesszük és szinte nem is érzékeljük, mivel természetesnek gondoljuk, miközben ezek az eszközök, folyamatok nem is olyan régóta terjedtek el (Fehér, 2017).

Digitalizáció előnyei

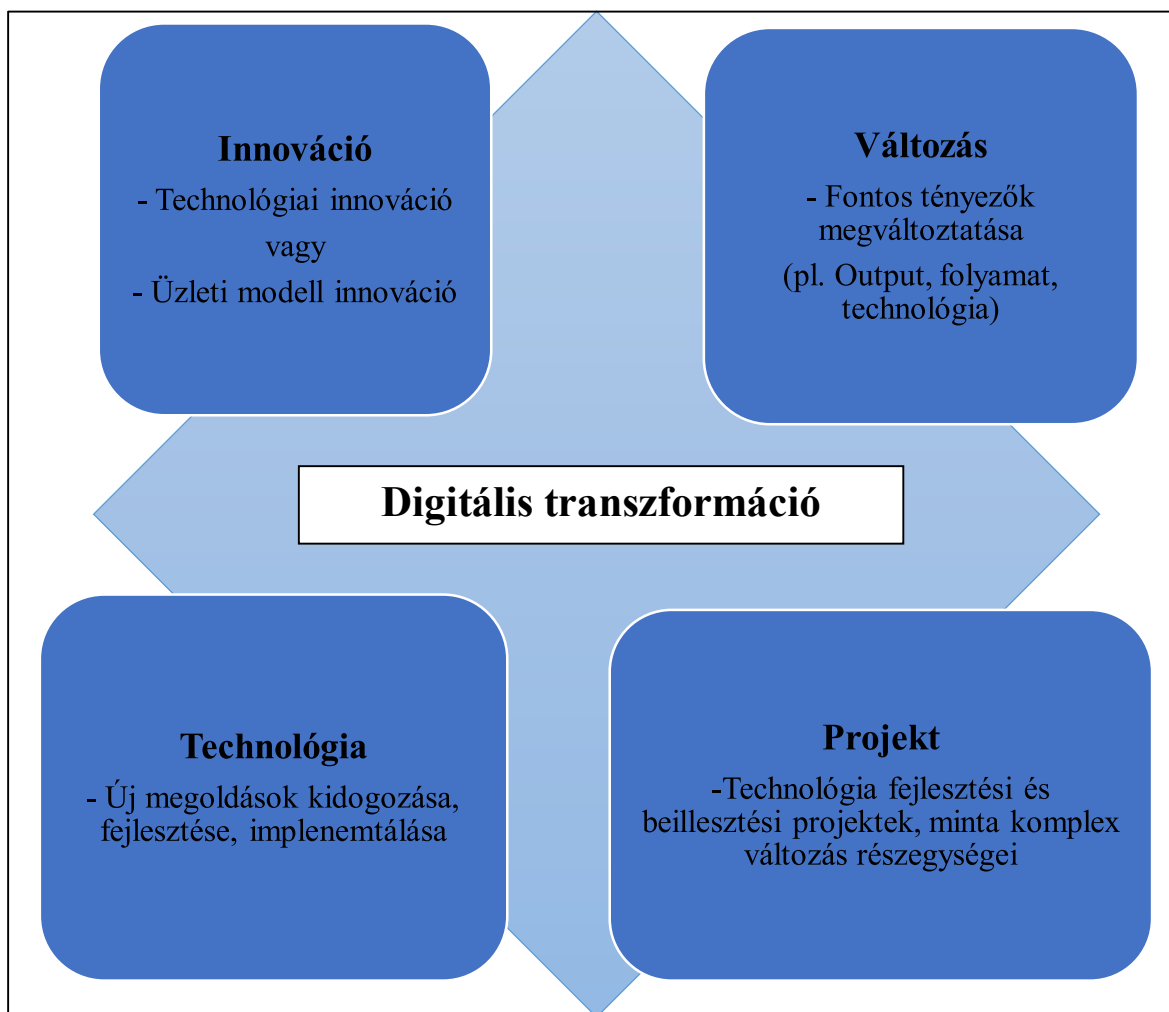
Szervezetfejlesztési szinten elmondható, hogy nem csak a multiknak, hanem a kis- és középvállalkozások esetében is nagy segítséget nyújthatnak a digitalizált folyamatok. Sok esetben megkönnyíti, illetve felgyorsítja a munkafolyamatokat. Ugyanis például digitális oktatás vagy akár meeting esetében is online formában sokkal könnyebb alkalmazkodniuk az érintett feleknek, ugyanis a világ bármely pontjáról be tudnak csatlakozni vagy elérnek adatokat, tanfolyamokat. Mindemellett nem szabad arról megfeledkezni, hogy ebben a formában is állhatnak fent veszélyek. Akár internetproblémák, de az egy vírus, hackertámadásból adódóan elveszíthetjük vagy el is lophatják az adatainkat. Ebből kifolyólag sokan még a hibrid megoldást választják, amely során például az adatokat nemcsak digitális formában tárolják, hanem papír alapon is egyaránt (Veres, 2021).

Digitális transzformáció jelentése

Digitális transzformációról abban az esetben beszélhetünk, amikor egy vállalkozás az üzleti hatékonyság és versenyelőny növelésének érdekében sokféleképpen alkalmazkodik, változik, beintegrálja a digitális technológiákat. Átalakítják a vállalati kultúrát, folyamatokat, estelegesen a termékeket és szolgáltatásokat is. Teljes transzformációról viszont csak abban az esetben beszélhetünk, ha kultúra, folyamatok, termékek és szolgáltatások teljes körű átalakítása is lezajlik, hacsak részlegeket érintünk abban az esetben ez nem tekinthető teljeskörű transzformációnak. Azok a kis- és középvállalatok, vagy akár multinacionális cégek, amelyek sikeresen megvalósítják a teljeskörű vagy akár csak részleges digitális transzformációt, a

legtöbb esetben jobb alkalmazkodási képességgel és innovatív megoldásokkal tudják kiszolgálni a piaci igényeket (IAMIT, 2023).

A 3. ábra azt szemlélteti, hogy a digitális transzformáció során különösen fontos szerepet játszik az ábrán is reprezentált négy tényező. Az innovációs képesség, a technológia integrálása, a projektmenedzsment és a változás kezelése. Ezen tényezők együttesen biztosítják, hogy a szervezet vagy vállalkozás hatékonyan alkalmazkodjon a gyorsan változó piaci környezethez, és sikeresen vezethesse be az új digitális, digitalizációs megoldásokat (Csedő & Zavarkó, 2019).



3. ábra: A digitális transzformáció különböző szervezeti nézőpontokból
Forrás: (Csedő & Zavarkó, 2019)

A hatékony digitális transzformáció

A 2. táblázatban 10 lépésben mutatom be a hatékony digitális transzformáció lépéseit (IAMIT, 2023).

2. táblázat: A hatékony digitális transzformáció 10 lépésben összefoglalva
Forrás: (IAMIT, 2023)

➤ Stratégia meghatározása	Annak alapján, hogy pontosan milyen folyamatot szeretnénk végrehajtani és azzal, milyen területet, folyamatot szeretnénk digitalizálni, fejleszteni, és optimalizálni.
➤ Támogatás szintje	Fontos felmérni, hogy a vezetők, illetve a beosztottak is támogatják-e a folyamatot.
➤ Folyamatok elemzése	Megvizsgáljuk, hogy melyik folyamatot hogyan és milyen mértékben szeretnénk fejleszteni.
➤ Digitális készség és képzések	Felmérjük, hogy jelenleg milyen eszköztárral rendelkezik a vállalkozás, mi a vezetői, illetve a beosztottak tudása a fejlesztéssel kapcsolatosan.
➤ Technológia infrastruktúra fejlesztése	Esetleges adatbázisok, felhők, plusz technológia bevezetése.
➤ Adatkezelés és biztonság	Adataink megóvása érdekében, illetve adatvédelmi szabályok feltüntetése az előírt törvényeknek megfelelően.
➤ Pilot projektek és fokozatos bevezetés	A digitális transzformációt érdemes kisebb projektekkal kezdeni és fokozatosan beintegrálni a vállalati folyamatokba.
➤ Visszajelzés és iteráció	Eredmények, hatékonyság kiértékelése. Visszajelzések összegyűjtése nemcsak belsős, hanem külsős érintettektől, ügyfelektől is.
➤ Kommunikáció	Érhető, tiszta kommunikáció, hogy a fejlesztések miért és minek a fejlesztésért lesznek bevezetve. Elégedettségi felmérés.
➤ Értékelés	A kitűzött cél érdekében érdeme folyamatosan nyomon követni és mérni és kielemezni az eredményeket.

Digitális transzformáció kihívásai

A digitális transzformációval sok esetben megkönnyíthetjük a vállalat működését és növelhetjük az árbevételt is, azonban ezekhez a legtöbb esetben sok előkészületet kell pontosan megtervezni, bevezetni majd elemezni. Ebben a folyamatban azonban nagyon sok kihívással nézhetünk szembe, amelyeknek különféle okai lehetnek. Ilyen indok lehet például, ha nem készülünk pontos stratégiával, nem mérjük fel a vezetői, beosztotti visszajelzéseket és ellenállással nézünk szembe. Emellett kihívást jelenthet a folyamatban az is, hogyha nincs megfelelő elméleti háttértudásunk a fejlesztéshez vagy nincs meg a kellő anyagi tőke. Továbbá sokszor a time management is akadályt okozhat, ha mondjuk, túl rövid időn belül szeretnénk túl nagy változást, amihez aztán nem tudunk kellőképpen integrálódni. Illetve az egyik legfontosabb tényező, hogy folyamatosan ellenőrizzük a fejlődés szakaszát, hogy biztosan elérjük a célunkat (4dsoft.hu, 2024).

4.3. Kis- és középvállalkozások innovációs jellemzői és korlátai

Az Uniós csatlakozás előtt a magyar KKV-k számára viszonylag nagyobb kihívást jelentett az export és az import. Ezáltal európai szinten kialakult egy versenyelőny, amihez a legtöbb esetben a magyar vállalkozók nem tudtak ugyanolyan minőségben alkalmazkodni. Hirtelen kellett több dologgal szembenézni és ebből kifolyólag elmondható, hogy sok esetben hiányosságot vélhetünk felfedezni az innovációs folyamat bevezetése előtti piackutatás részlegességében vagy például a termék életútjának elemzésében. Többször előfordul az is, hogy nem fektetnek elegendő energiát abba, hogy felmérjék, hogy a változásra hogyan fognak reagálni az érintettek, nemcsak dolgozói, hanem ügyfél szempontból is (Dr.Papanek, Dr.Pakucs, & al., 2002).

A digitalizáció hatása a KKV-k növekedésére és versenyképességére

Egy tanulmány szerint az elkövetkezendő években rengetek új technológiával, innovációval találkozhatunk, amelyek nagy hatással lesznek a vállalkozásokra és a munkahelyek átalakulására is egyaránt. Sokan félnek az ilyesfajta újításoktól, hogy akár ezzel kiváltják az emberi munkavégzést. A tanulmány pont ezt a kérdést feszegeti, azonban ezt nem állítja. A beszámoló inkább arra világít rá, hogy napjainkban a munkaóráink számának 49%-át automatizáltan tudnánk végezni, ami a jövőben, 230-ra akár 0,8-1,4% között is gyorsíthatja a gazdasági növekedést (Fine, és mtsai., 2018).

A magyarországi kis- és középvállalkozások (KKV-k) fejlődése 2022-ig bezárólag ugyan folyamatos fejlődést mutatott, de még mindig elmarad az európai uniós átlagtól. Az alacsony termelékenység egyik fő indoka az, hogy a digitalizációs és az innovációs, ide sorolva még az új technológiákat és zöld megoldásokat is, csak korlátozottan kerül alkalmazásra a KKV-k jelentős körében. A haszon termelés és az egy alkalmazottra jutó bruttó hozzáadott érték növelése érdekében szinte elengedhetetlenek a fejlesztések és beruházások, különösen a modern technológiai infrastruktúra kialakítása és az üzleti, illetve termelési folyamatok digitalizálása. A sikeres, jövőorientált és ez által versenyképes vállalkozások akár a fenntartható gazdasági növekedés fő alakjává is válhatnak (cdn.kormany.hu, 2023).

A digitalizáció növekedési potenciálja

A digitalizáció már alapjaiban véve is hatalmas növekedési potenciál lehet mindenfajta vállalkozást tekintetében. Fontos megemlíteni azt is, hogy ezt a potenciált nagyban elősegítette a 2019-ben kialakult helyzet. Ugyanis a járványhelyzet és a bezártság sok esetben rákényszerítette, főként a kereskedelmi szférában dolgozókat, hogyha nem is teljesen, de nagymértékben átálljanak digitális, innovatív megoldásokra. Ezen időszak alatt, 2021-ig bezárólag a digitális szolgáltatást használók száma 32%-al növekedett. Ebből az is következik, hogy azok a vállalkozások, akik már 2019 előtt vagy a járványhelyzet közben alkalmaztak ilyen újításokat ők nemcsak versenyelőnyben részesülhettek, hanem a nyereségüket is tudták növelni. Kimutatható továbbá az is, hogyha gyorsabb tempóban és nagyon hatékonysággal fejlődne a digitális gazdaság, akkor akár 21 milliárd euróval is növekedhetne a gazdasági teljesítmény (portfolio.hu, 2022).

A versenyképesség javítása digitális eszközökkel

Egy tanulmány szerint 2030-ra akár az is elképzelhető, hogy 85 millió betöltetlen álláshely marad. Ebben a helyzetben pedig a legnagyobb valószínűség szerint a vezetők és tulajdonosok a megoldást a digitalizálásban és automatizálásban találják meg a megoldást. Habár jelenleg még korántsem tartunk ott, hogy ezek a megoldások teljes mértékben helyettesítsék az emberi munkát, azonban ha már csak a munkaórák kiváltásában is segítséget nyújt már azzal is jelentősen javítja a helyzetet, csökkenti a munkaerőhiányt. Versenyképességben pedig minél korábban alkalmazkodunk a kialakult helyzethez, annál nagyobb lesz az előnyünk a versenytársakkal szemben. A korábban megszerzett tudást jobban, gyorsabban és valószínű, hogy korábbi bevezetés során költséghatékonyabban tudjuk hasznosítani (hrpower.hu, 2023).

Automatizáció hatása Magyarországon

Egy tanulmány szerint, több vizsgált országhoz képest összeségében elmondható, hogy Magyarország automatizációs szintje viszonylag magas. A magyar munkavállalók körülbelül 44%-a olyan munkakörben dolgozik, amelyek jelentősen ki vannak téve az automatizációnak és ha figyelembe vesszük Frey és Osborne 70%-os automatizációs küszöbértékét, akkor megállapíthatjuk, hogy a maximálistól vagy jelen esetben Svédországhoz képest még kissé lemaradásban vagyunk, de például az Egyesült Államoktól mindösszesen 3%-al maradtunk el. Magyarország automatizációs kitettsége így a nemzetközi skála felső tartományába helyezhető el, ami arra utal, hogy az országban az automatizáció ismeretségé, használati hajlandósága intenzívebb lehet, mint számos észak-európai országban, mint például Finnország vagy Norvégia esetében (Illéssy & Huszár, 2022.).

Nemzetközi példák a digitalizáció sikeres alkalmazására a KKV-kban

Szingapúrban egy pár évvel ezelőtt létrehozták a „SmartNation” nevű programot, amelynek célja, hogy az országban minden kis-és középvállalkozás körében népszerűsítsék, illetve elérhetőbbé tegyék a legújabb technikákat. Különféle mértékű támogatások is igényelhetők és ezek évről évre frissülnek, új célokat meghatározva. Jelenleg főként a mesterséges intelligencia és az adat vezérelt döntéshozatal van fő fókuszban, de ezek mellett még több pályázat is elérhető a vállalkozók számára. Ez a program remek befektetési lehetőség a KKV-k számára, illetve nagymértékben elősegíti a fejlődést innovációs szinten is (smartnation.gov.sg, 2024)

A pályázat weboldalán pedig feltüntettek néhány sikert, amit 2018 óta sikerült elérni:

- Az állampolgárok a kormányzati ügyeik 99%-át online is tudják végezni
- 2023-ban egy felmérés alapján a lakosok és a vállalkozók 83%-a volt elégedett a kormányzati digitalizált lehetőségekkel
- A KKV-k 95%-a alkalmaz legalább egyfajta digitális technológiát a felsoroltak kategóriák közül (kiberbiztonság, felhő alapú tárolás, elektronikus fizetés, e-kereskedelem, adatelemzés, mesterséges intelligencia „AI” ,Internet of Things, blokklánc, médiatevékenység) (smartnation.gov.sg, smartnation.gov.sg, 2024).

Dániában is például kifejezetten a KKV-k digitalizációjának segítésére indította el a kormány az „SME” programot, amely nemcsak pénzügyi támogatást, befektetési lehetőséget, hanem egy digitális tudásbázist is nyújt a kis- és középvállalkozásoknak. A program segítségével a cégek

könnyebben integrálhatják a felhőalapú rendszereket, az adat vezérelt elemzést, és az e-kereskedelmi megoldásokat, amelyek növelik a hatékonyságot és a piaci versenyképességet. Ennek a programnak a segítségével sok dániai KKV sokkal könnyebben és gyorsabban alkalmazkodik a globális digitalizációs trendekhez, javítva ezzel versenyképességüket és hosszú távú fenntarthatóságukat és innovatív lehetőségeiket (en.digst.dk, 2024).

Egy magyar példát említve, a mai nevén Kulcs-Softként ismert könyvelői program is BT-ként indult, már több mint 30 évvel ezelőtt. A digitalizációnak köszönhetően napjainkban már olyan általuk fejlesztett könyvelői programot tudunk alkalmazni, amit már több mint 60.000 felhasználó használ. 2005 óta a cég 2 év alatt az internet kezdeti népszerűsége, megjelenése-több ügyfelet szerzett, mint az azt megelőző 17 év alatt. Illetve több nívós díjat is nyertek, többek között az „Év honlapja” vagy az „Év legjobb munkahelye 250 fő alatt”. Ezen érdemek mellett pedig jelentősen megkönnyítette és felgyorsította a könyvelői munkákat és napjainkban ezzel a programmal, már nemzetközi szintű terjeszkedést is elértek (kulcs-soft.hu, 2024).

Egy másik hazait példát megemlítve, a divatiparban, napjainkban már jól ismert cég a Nanushka. A vállalkozás 2005-ben alakult meg. Azóta már nemzetközi szinten is jelen van. Sándor Szandra kreatív igazgató nem csak arra büszke, hogy ruháit olyan világsztárok hordják, mint például Emma Watson vagy Rihanna, hanem arra is, hogy innovatív módon ruhái vegán bőrből készülnek. Továbbá többször megemlítette, hogy nagyon boldog amiatt is, hogy tudja ösztönözni, motiválni ezzel a magyar munkavállalókat. A digitalizációnak és innovációnak köszönhetően a cég már nemzetközileg is jelen van, New Yorkban állandó üzletük is van, de termékeiket ma már több mint 40 országban forgalmazznak. A Forbes listáin is többször jelen volt a cég, illetve 2019-ben az éves árbevétel meghaladta a 6 milliárd forintot is (Rádi, 2021)

4.4. A mesterséges intelligencia

A mesterséges intelligenciát (MI) sokféleképpen fogalmazhatjuk meg, és ezen meghatározások közül a leggyakrabban említett, amelyek szerint az MI, az emberi képességek utánzására és az adatok felhasználására összpontosít. Egy másik tanulmány szerint a mesterséges intelligencia a számítástudomány azon szakága, amely azt vizsgálja, hogy hogyan tudják a gépek modellezni az emberi tevékenységeket. Ennek alapján az egyi leggyakrabban alkalmazott területe a gépi tanulás, mely lehetővé teszi azt, hogy a gépek csakis kizárólag betáplált adatokból tanuljanak, emberi beavatkozás nélkül. Nálunk a legelterjedtebb definíciója alapján az MI olyan algoritmusok összessége, amely képes magától fejlődni, tanulni, különféle módokon értelmezni dolgokat és akár autonóm módon döntési folyamatokat is végrehajtani (Horváth, 2021).

Az AI használata napjainkban szinte elengedhetetlen. Az 1950-es évektől áll fejlesztés alatt azonban most már arra szintre jutott, hogy képes például üzleti folyamatok optimalizálásra is. Szinte minden szektorban van olyan funkciója, amiben hasznát tudjuk venni. Ügyfélszolgálat esetében is az interakciók hatékonyabbá tételét célozza automatizált válaszokkal és intelligens elemzésekkel, amelyek megkönnyítik a napi munka részt, vagy közlekedésben a Tesla esetében is javítja a vezetési élményt növeli a biztonságot. Az egészségügy esetében is hatalmas mennyiségű adat tárolására, rendszerezésére, elemzésére képes, ami szintén megkönnyítheti a munkánkat. De emellett az oktatásban, pénzügyben és a mezőgazdasági szektorokban is van létjogosultsága a mesterséges intelligencia használatának. Mindezek mellett pedig az AI képes zenék létrehozására, hangok leutánzásra, filmek készítésére is, kiszolgálva a marketing, zenei és filmipari szektort is (Réfi, 2023)

Összeségében elmondható, hogy az AI nagyon hasznosnak bizonyul és számos előnnyel bír, mint például meggyorsítja és megkönnyíti a mindennapi munkavégzést. De számos veszélye is lehet. Hiszen nem hagyhatjuk figyelmen kívül az esetleges kibertámadások veszélyét. Illetve előfordulhat, hogy döntésében elemzésében sem bízhatunk, mert lehet pontatlan vagy esetenként akár diszkriminatív is lehet. Viszont, mint fejlődő terület nagyon sok lehetőséget rejt a fenntartható fejlődés területén belül is (pallas70.hu, 2023).

Napjainkban nagyon sokan tartanak attól, hogy AI képes lesz kiváltani a jövőben a munkaerőt. Egy kutatásban különféle munkaköröket próbáltak helyettesíteni AI-al, mint például ingatlan értékbecslők vagy tanárok. Eredményként pedig azt kapták, hogy a dolgozóknak csak maximum 23%-át lehet költséghatékonyan felváltani. Ezen felül vizsgálták például egy pék példáját is, ahol ez az költséghatékonysági szint csak 6% volt. Ami arra enged következtetni, hogy habár rohamos tempóban fejlődik ez a fajta technológia, de még nem tart ott, hogy az emberi munkát helyettesíteni tudja. Az eszközök telepítése egyelőre olyan drága, hogy az sem véletlen, hogy nagyobb cégek, mint például a Microsoft kísérletezik ilyen folyamatokkal, illetve a kutatásból az is bebizonyosodik, hogy az emberi munkaerő sokkal gazdaságosabb, int a mesterséges intelligenciáé (origo.hu, 2024).

5. Anyag és módszertan

5.1. A saját vizsgálatom célja, kutatási kérdések, hipotéziseim

A saját kutatásom célja az, hogy megtudjam, hogy a vállalkozások és azoknak a vezetői, milyen mértékben használják a különféle digitalizációs és innovációs fejlesztéseket vagy egyáltalán milyen mértékben nyitottak vagy zárkóznak el efelől. Ezen felül pedig, hogy az ilyesfajta változtatások milyen előnyökkel vagy esetleg milyen hátrányokkal lehetnek a különféle vállalatokra. Úgy gondolom, hogy napjainkban szinte elengedhetetlen, hogy teljesen kizárjuk a digitalizációt vagy az innovációt a sikeresség, versenyképesség és folyamatos fejlődés érdekében. Kutatásom során szerettem volna azt is felmérni, hogy ezen folyamatok tervezésekor vagy bevezetésekor milyen kihívásokkal találkozhat egy vállalkozó és hogyan tudja esetlegesen ezeket esetlegesen kikerülni vagy elkerülni. A vizsgálatom előtt, pedig az előbbieken felsorolt felvetésekből hipotéziseket készítettem, hogy a kutatásmból kapott adatokból, eredményekből bebizonyíthassam vagy megcáfoljam azokat.

A saját kutatásom során az alábbi hipotéziseket állítottam fel:

- **H1:** A digitalizációhoz és innovációhoz kapcsolódó befektetések pozitív hatása a vállalkozások működési eredményeire a cégek méretétől és iparágától függetlenül megfigyelhető.
- **H2:** A vállalkozások vezetői túlnyomórészt vonakodnak digitalizációs, innovációs fejlesztéseket bevezetni, mert azok költségesek és túl komplexnek ítélik őket.
- **H3:** A digitalizáció és innováció hozzájárul a vállalkozások költségcsökkentéséhez, profit maximalizálásához és stabilitásuk növekedéséhez.
- **H4:** A mesterséges intelligencia a jövőben kiválthat akár egy teljes munkaerőt.

5.2. Vizsgálatom körülményei

A L'Amour Weddings bemutatása



4. ábra: A L'Amour Weddings logója
Forrás: (<https://www.facebook.com>, 2024)

A L'Amour Weddings esküvőszervezői vállalkozást Heffler Livia alapította 2024-ben, Budapesten. A vállalkozás ötlete már a korábbiakban is megfogalmazódott, azonban egy sikeres pályázatnak (OFA) köszönhetően az elképzelés valósággá vált. Livi a vállalkozás vezetője kimondottan ügyel a részletekre és mindig a legjobbat hozza ki az ügyfelei elképzeléseiből mérten. Legyen szó szűkkörű, meghitt lagzíról vagy hatalmas ceremóniáról. A pályázat során Livinek nagyon sok mindenben kellett bizonyítani, hogy miben más, miben kiemelkedőbb, mint egy „átlagos” vállalkozás. A válasz pedig egyszerű, hiszen Ő a teljeskörű esküvőszervezés mellett mindenben is kiemelkedik. Hiszen nem csak ebben lehet a párok segítségével, hanem a dekorálás megtervezésében, felrakásában, táncoktatásban, meghívótervezésben, videókészítésben, kreatív ötletekben is nagyon tapasztalt. Korábban az OfficeShoes márka marketingeseként pedig sok mindent tanult a tartalomgyártásról, kreatív anyagok elkészítéséről, kommunikációról, illetve a hirdetésekről és PR-ről is. Ami szakértelme, hozzáértése és kedvessége mellett pedig kiemeli, hogy ezeket a szolgáltatásokat az ügyfelek külön-külön is igénybe tudják venni.

Folyamatos fejlődésének érdekében a tulajdonos folyamatosan hirdeti vállalkozását, illetve több szakmai rendezvényen is részt vesz. Ilyen például a BNI, ami egy üzleti reggelinek

mondható, amin vállalkozók tudnak bemutatkozni, lehetséges projekteket, együttműködést találni. Ezen a rendezvényen le is szerződött egy helyszínnel, ami biztosítja, hogy a helyszínen az esküvőkön, amennyiben a párnak is megfelel, Livi az első számú esküvő és dekorációs kontakt.

Ezen felül pedig találkozhatunk vele a TikTok-on és Instagram-on is, ahol folyamatosan bővülnek a referencia munkái is.

5.3. Kutatási módszerek és minta bemutatása

Szekunder kutatás alatt azt a folyamatot értjük, amikor összegyűjtjük a kutatási témakörhöz kapcsolódó, továbbá már rendelkezésünkre álló adatokat. Ezeket gondosan összeválogatjuk, elemezzük, majd végsősoron feldolgozzuk és leírjuk a következtetéseinket. (Gyulavári, és mtsai., 2017)

A primer kutatási részben egy adott, általunk választott kutatási témára nézve végzünk egyedi, saját kutatást. Ehhez a kutatáshoz, pedig előzetesen felmérést készítünk, meghatározzuk a vizsgálati módszereket, majd alkalmazzuk és elemezzük őket (Rekettye, Tóth, & Malota, Nemzetközi marketing, 2016)

3. táblázat: A szekunder és primer kutatások összehasonlítása
Forrás: (Gyulavári, és mtsai., 2017)

	Szekunder kutatás	Primer kutatás
Célja	Más vagy általánosabb probléma	Adott probléma
Adatgyűjtés folyamata	Gyors és egyszerűbb	Összetett
Adatgyűjtés módja	Korábbi és/vagy más által végzett	Saját adatfelvétel
Adatfrissesség	Általában korábbi időszakra vonatkozik	Aktuális
Pontosság	Sokszor általános vagy kevésbé pontos	Pontosan illeszkedik a kutatási kérdéshez
Célcsoport	Sokszor csak részben fedi a kutatási kérdésben meghatározott csoportot	Megegyezik a kutatási kérdésben meghatározott csoporttal
Költségek	Viszonylag alacsony	Viszonylag magas
Időigényesség	Rövidebb	Hosszabb

5.3.1. Szekunder adatforrásokra épülő kutatás

A kutatásom első felét az irodalomfeldolgozás képezi, amelyben a digitalizáció, innováció és az AI fogalmát, illetve szerepét vizsgáltam főként a kis- és középvállalkozások tekintetében. Az elemzéshez a mersz.hu adatbázisát, illetve különféle internetes forrásokat is vizsgáltam.

4. táblázat: Szekunder kutatásra épülő célok
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

Kutatási célok	Alkalmazott anyag és módszer
C1: A digitalizáció hatásának elemzése a KKV-k tekintetében	Szakirodalmi áttekintés
C2: A digitalizáció, innovációs módszerek, AI bevezetésének vizsgálata	Szakirodalmi áttekintés

5.3.2. Primer adatforrásokra épülő kutatás

Kérdőív

A kutatásom ezen szakaszában az volt a célom, hogy megvizsgáljam, hogy a KKV-k hogyan állnak a digitalizáció és innováció kérdéséhez, milyen tényezőket tarthatnak ebben kihívásnak, miért gondolhatják ezeket a folyamatokat pozitív hatásúnak vállalkozásukra nézve. Ehhez pedig kérdőíves felmérést alkalmaztam, melyhez segítségemre volt a Google kérdőív, amit én állítottam össze a hipotéziseim alapján.

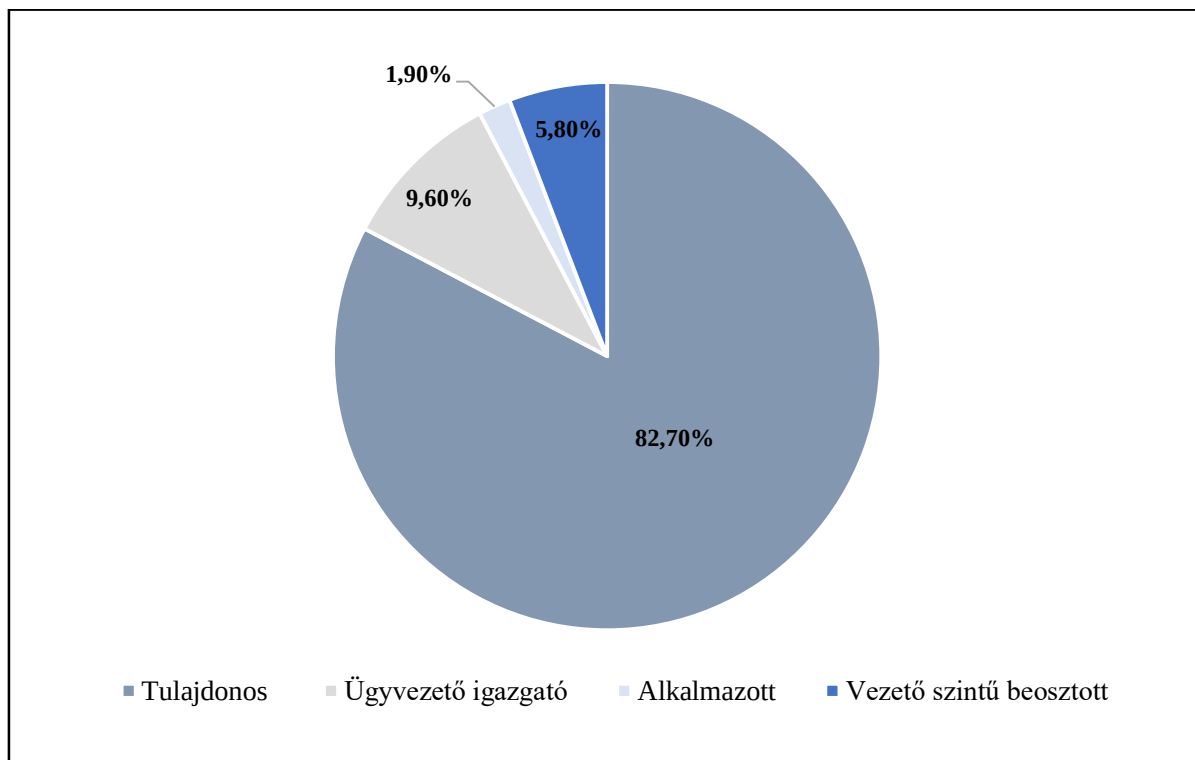
A kérdőívet összesen 52-en töltötték ki, melyből mindegyik kérdőívet fel tudtam használni, ugyanis a kitöltést megelőzően próbakérdézet végeztem, hogy kiküszöböljem az esetleges hibalehetőségeket. Fontos célom volt, hogy vállalkozókkal vagy minimum vezető szintű beosztottakkal töltessem ki a kérdőívemet, ezért kimondottan egy vállalkozói üzleti eseményt választottam arra, hogy lefolytassam a megkérdezést.

Ugyan a kérdőív első részében is kiemelten szerepelt, de személyesen is elmondtam minden megkérdezettnek, hogy a kitöltés teljesen anonim módon történik, és az adatokat csak a kutatásom során fogom felhasználni.

A kérdőív jelentős része feleletválasztós volt, de tartalmazott eldöntendő és több válaszlehetőségű kérdéseket is. A digitalizációs elégedettség méréséhez 5 fokú likert skálát

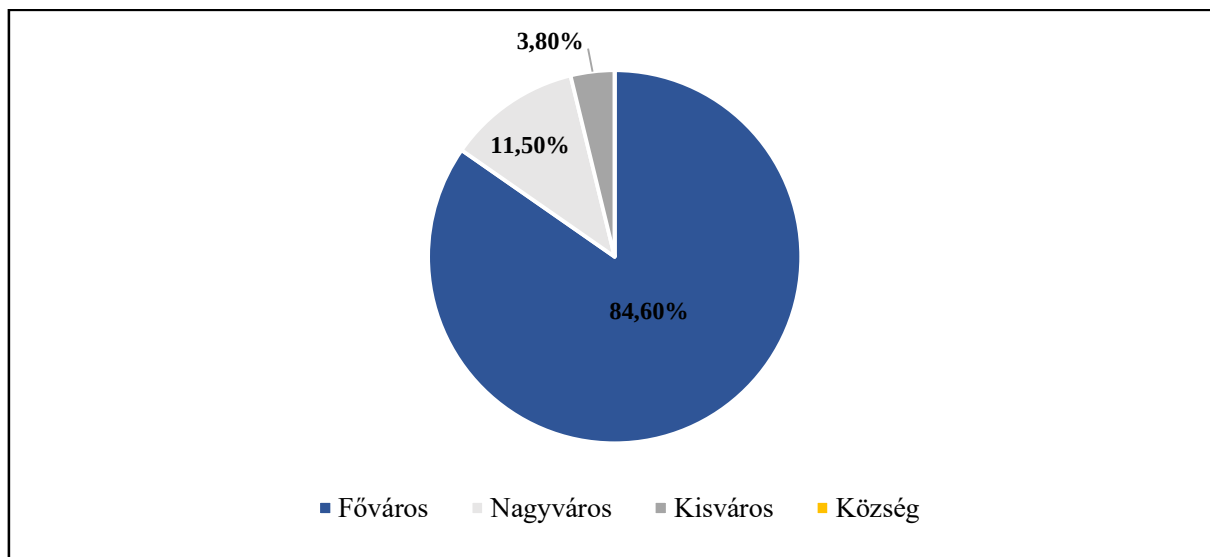
alkalmaztam, ahol az 1-es jelenti, ha egyáltalán nem ért egyet a vállalkozó, 5-ös pedig, ha teljes mértékben egyetért a leírt állítással. A kérdőív 17 kérdést tartalmazott.

A következő diagramok pedig a kérdőíves vizsgálatban résztvevők leírását ábrázolja:



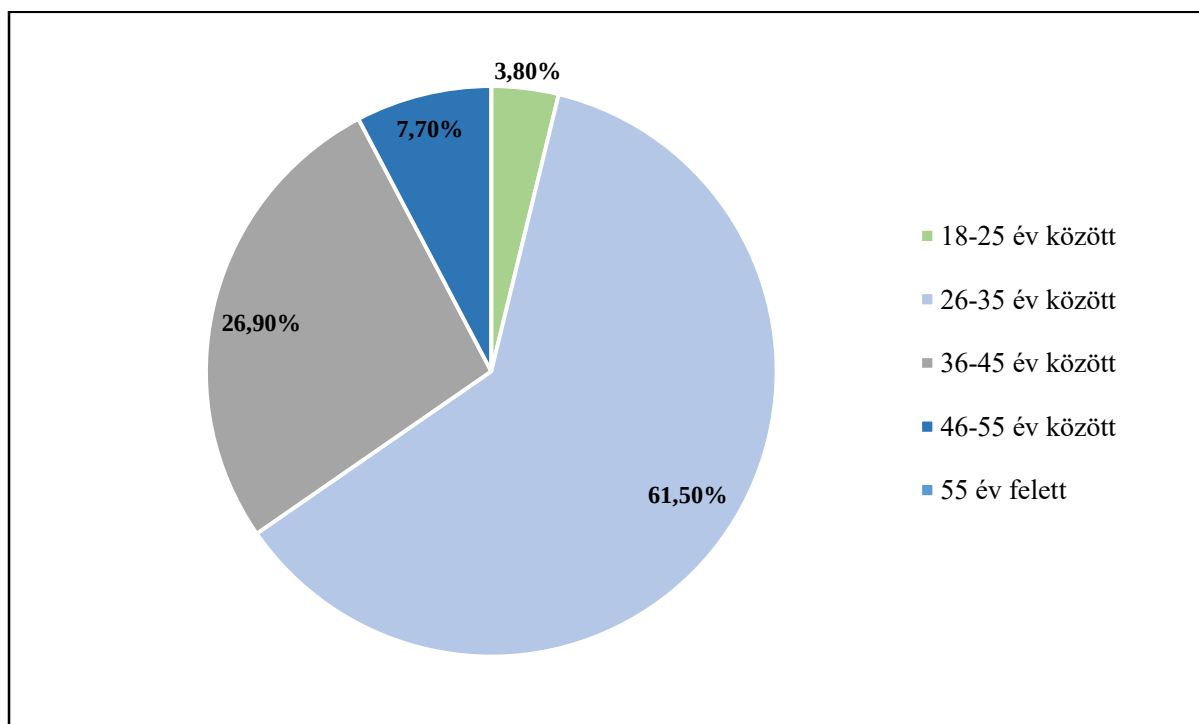
5. ábra: A kitöltők megoszlása a vállalkozásban való szerepük szerint
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

Az 5. ábra szemlélteti, hogy a kitöltők túlnyomó többsége, azaz 82,7%-a tulajdonosi szerepet tölt be, 9,6%-uk ügyvezető igazgatói szerepben tevékenykedik, továbbá a kitöltők 5,8%-a vezető szintű beosztásban dolgozik és csupán 1,9%-uk volt, akik alkalmazottként vannak jelen a vállalkozás életében. Kutatásom szempontjából is fontos volt, hogy főként vezetők és tulajdonosok töltsék ki a kérdőívet, de természetesen az alkalmazottakat sem szerettem volna kizárni.



6. ábra: A kitöltők megoszlása lakhelyük szerint
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 6. ábra szemlélteti a kitöltők lakhely szerinti megoszlását. Mivel egy budapesti eseményen folytattam le a megkérdezést ezért számítottam arra, hogy a válaszadók többsége fővárosi lesz. De sikerült nagyvárosi és kisvárosi lakosokat is megkérdezni, ami szintén fontos volt a kutatásom szempontjából. Községből viszont nem volt kitöltő. Statisztikák alapján viszont a legtöbb vállalkozó Magyarországon a fővárosban található.



7. ábra: A kitöltők megoszlása életkoruk alapján
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 7. ábra szemlélteti a megkérdezettek életkor szerinti megoszlását. A kitöltők többsége, azaz 61,5%-a 26-35 év között volt a második leggyakoribb életkor pedig 26,9%-ban a 36-45 év közöttiek voltak. Véleményem szerint, persze vannak kivételek, de a 26-35 év között kezdenek a legtöbben vállalkozásba. Ez lehet az az életkor, amikor megéri az ember vagy akár egy kezdeti tőkével tud rendelkezni egy vállalkozás elindításához vagy akár csak szembesül azzal, tapasztalatok alapján, hogy nem szeretne a jövőben alkalmazottként dolgozni és inkább saját magának termelne profitot. 18-25 év között viszonylag kevesen voltak 3,80%, de vélhetően ez a szám a jövőben növekedni fog, a különféle állami támogatásoknak köszönhetően. 55 év felett sajnos nem volt kitöltő, ami a családi vállalkozásoknál abból is eredhet, hogy a vezetői szerepet mondjuk már átvette a jövő nemzedéke vagy egyszerűen egy bejáratott, működő rendszer alapján működik a vállalkozás, amin a tulajdonos esetlegesen nem szeretne fejleszteni.

A kitöltésre online formában, személyesen került sor, melynek hátránya, hogy időigényesebb a feldolgozása, előnye viszont, hogy így érhető el a lehető legtöbb releváns kitöltés. A rendezvény fő szervezőjével egyeztettem a kutatásomról és az érkező vendégeket megkértem, hogy amennyiben idejük engedi legyenek kedvesek és töltsék ki a kérdőívet.

Mélyinterjú

„A kvalitatív interjú egyedülállóan érzékeny és erős módszer arra, hogy megismerjük az alanyok mindennapi világukból merített tapasztalatait és e mindennapi világ megélt jelentéseit. Az interjúk során az alany helyzetét saját szavaival közvetítheti mások számára (Kvale, 2005).”

A mélyinterjút általában egy kutató vagy végzett szakember bonyolítja le. Akkor a legérdekesebb, ha egy témával kapcsolatosan részletes információkhoz szeretnénk jutni vagy ha a kutatási kör például érzékeny témát (pénzügyi, egészségügyi, személyes) érinthet. Általában párbeszéd, de 3 fővel is lebonyolítható és 30-90 perc közötti időt vesz igénybe. Fontos, hogy főként a résztvevő beszél, amíg a kutató figyelmesen hallgatja, jegyzetel és igyekszik kérdésre válaszokat kapni. Érdekes kérdezőként arra is odafigyelni, hogy az alanyt ne befolyásoljunk, hagyjunk elegendő időt, hogy átgondolja válaszait és célunknak megfelelően vezessük le az interjút (Gyulavári, és mtsai., 2017).

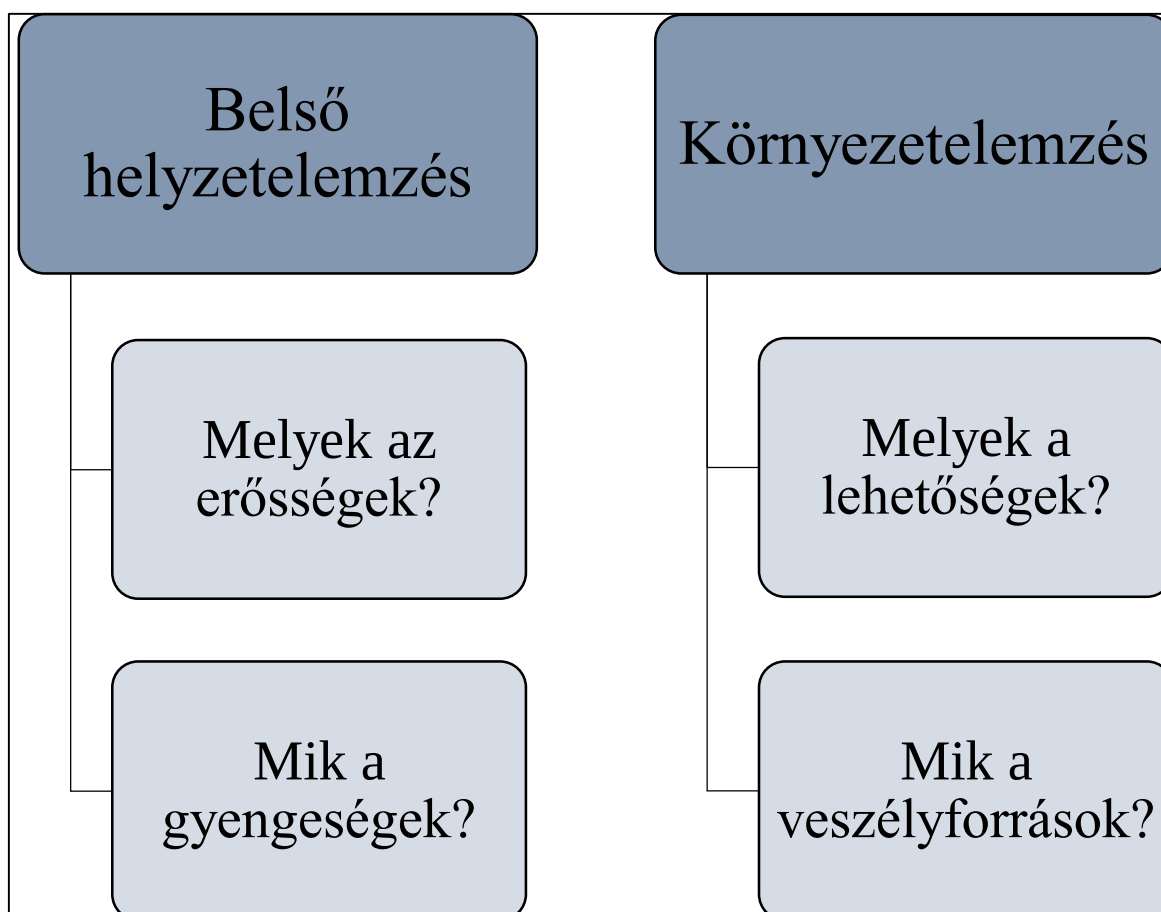
A mélyinterjút a L'amour Weddings vállalkozás vezetőjével, Heffler Líviával készítettem el. Mivel több éve ismerem Livit, ezáltal az interjút otthonában folytattuk le, egy előzetesen egyeztetett időpontban. Ez körülbelül 1 órát vett igénybe, amelyből SWOT- elemzéshez

jutottam információkhoz, illetve betekintést nyerhettem, hogy egy kezdő vállalkozás számára milyen digitalizációs innovációs kihívások és előnyök vannak. A kapott információkat írásos formában rögzítettem.

5.3.3. Alkalmazott módszerek

SWOT-Analízis

A SWOT elemzés során egy olyan analízist készítünk, amelynek segítségével fel tudjuk mérni a piacon a helyzetünket megvizsgálva a belső helyzetelemzést és a külső környezetet. Az erősségek, illetve lehetőségek felmérése segíthetnek egy vállalkozásnak, cégnek céljai elérésében, megvalósításában, ezzel szemben pedig a gyengeségek és veszélyek azokat a tényezőket mutatják be, amelyek gátolhatnak a célok megvalósítását (Rekettye, Törőcsik, & Hetesi, Bevezetés a marketingbe, 2016).



8. ábra: A SWOT-analízis modellje
Forrás: Saját szerkesztés (Blah, Czakó, & Poór, 2021) alapján

- **Erősségek:** Az erősségek lehetnek különféle erőforrások, képességek vagy más egyéb tényezők, amely előnyökhöz juttathatnak a versenytársak helyzetéhez képest és a ügyfelek igényeihez mérten.
- **Gyengeségek:** Gyengeségek azok a tényezők lehetnek, hiányosnak bizonyulnak és fejleszteni kell, mert ezek valamilyen szinten korlátozhatják a vállalat teljesítményét (Balaton & Hortoványi, 2018).
- **Lehetőségek:** A cég, vállalkozás életútját a környezetében felbukkanó lehetőségek pozitív irányba befolyásolhatják, előnyhöz juttathatják.
- **Veszélyek:** A veszélyek olyan tényezők lehetnek, amelyekre a vállalatnak, illetve cégeknek nincs befolyása, és ezek negatívan hathatnak a vállalatra nézve nem csak a jelenben, hanem akár a jövőben is (Balaton & Hortoványi, 2018).

5. táblázat: Primer kutatásokra épülő célok, adatbázisok, módszerek
 Forrás: Saját szerkesztés (2024)

Kutatási célok, hipotézisek	Felhasznált anyag	Alkalmazott anyag és módszer
C3: A L'amour Weddings megismerése, a vállalkozás SWOT-analízisének elkészítése	A vállalkozás vezetőjével készített strukturált mélyinterjú	SWOT-analízis
C4: A digitalizációs és innovációs fejlesztések vizsgálata a megkérdezett vállalkozások tekintetében. • H1: A digitalizációhoz és innovációhoz kapcsolódó befektetések pozitív hatása a vállalkozások működési eredményeire a cégek méretétől és iparágától függetlenül megfigyelhető. • H2: A vállalkozások vezetői túlnyomórészt vonakodnak digitalizációs, innovációs fejlesztéseket bevezetni, mert azok költségesek és túl komplexnek ítélik őket. • H3: A digitalizáció és innováció hozzájárul a vállalkozások költségcsökkentéséhez, profit maximalizálásához és stabilitásuk növekedéséhez. • H4: A mesterséges intelligencia a jövőben kiválthat akár egy teljes munkaerőt.	A vállalkozókkal készített kérdőíves vizsgálat (n=52)	Kérdőív elemzése Átlagszámítás, megoszlás, Khi ² próba

6. Eredmények

6.1. Mélyinterjú a vállalkozás vezetőjével

A kutatásom során interjút készítettem Heffler Líviával, a L'amour Weddings vezetőjével, annak érdekében, hogy részletesebb ismeretet kapjak a vállalkozásáról illetve, hogy a digitalizáció és az AI milyen szerepet tölt be jelenleg egy kezdő vállalkozás életútjában.

Először arról érdeklődtem, hogy miért és hogyan alapította meg Livi a vállalkozását. Melyek voltak a célkitűzései és eddig, miket sikerült megvalósítani ezekből.

Livi már régóta szeretett volna vállalkozásba kezdeni, azonban a kezdő tőkét megteremteni kicsit nehezebb volt. De amint jött egy lehetőség (OFA) ő megpályázta és sikeresen meg is nyerte elindítva ezzel jövőbeli céljait. Hiszen ez a pályázat biztosít egy kezdőtőkét a vállalkozás beindításához, emellett képzésben vehetnek részt a jelöltek, amelyekben tanulhatnak minden olyan részletről, ami elengedhetetlen ahhoz, hogy sikeres vállalkozást vezessünk. Bértámogatás mellett pedig lehetőséget ad arra, hogy a kezdeti dolgokat beszerezhessük könnyedén. Livi már régóta a reklámozás, marketing világában tevékenykedett innen is jött az alap ötlet, de emellett nagyon hasznos is ez számára, hiszen hirdetések, reklámok, kreatív anyagok gyártásához már nem kell szakembert alkalmaznia.

A SWOT-elemzés elkészítése érdekében először arról érdeklődtem, hogy szerinte a cég milyen erősségekkel rendelkezik.

Korábban is említette, hogy a marketingben, népszerűsítésben való jártasság nagy előnyt adott számára. Még a gimnáziumi évek alatt dolgozott, mint rendezvényszervező egy ismert bulisorozatnál. Ezáltal is nagyon sok kapcsolati tőkét szerzett fotósokhoz, zenészekhez, fellépőkhöz, helyszínekhez és a rendezvényszervezésben is bőven volt alkalma tapasztalatot gyűjteni. Munkája során sok hirdetésben, illetve TikTok videó tervezésében, gyártásában, elkészítésében, vágásában vett részt, ezáltal nem volt kérdés számára, hogyan is népszerűsítse a vállalkozását.

Emellett nagyon kommunikatív, és ügyfélközpontú, marketinges munkájában is folyamatosan ezt a módszert alkalmazta, illetve a precizitás, pontosság és valamilyen szinten a rugalmasság is elengedhetetlen volt munkája során.

Ezt követően rátértünk arra, hogy mik azok a tényezők, amiket most már úgy lát, hogy fejleszteni, javítania kellene.

Kiemelte, hogy a támogatás hatalmas előnyben részesíti, de sok mindenre azért nem elég, például nem lehet mellette teljeskörű munkát vállalni, ezért is mondott fel. Ezáltal, amíg valamilyen szinten nem indul be a vállalkozás muszáj egyedül megoldania a dolgokat. A későbbiekben szeretne ő is felvenni maga mellé 1 vagy akár több embert is, hiszen ez a vállalkozás valamilyen szinten időszakos és minden párnak megfelelő mértékben és minőségben szeretné varázslatossá váltani a nagy napját. Most jelenleg beszerezett már egy kellő mennyiségű, magas minőségű alap raktárat, mind a dekorációhoz, mind a kreatív anyagok tervezéséhez, azonban ezt majd az ügyfélkör növekedésével arányosan bővítenie kell majd, hiszen most nem biztos, hogy lenne annyi terméke, ideje, hogy több esküvőt vagy rendezvényt lebonyolítson rövid időn belül.

Milyen lehetőségeid vannak az OFA-n felül, miket teszel azért, hogy bővíteni tudd az ügyfélkört?

A támogatáson felül Livi nagyon sok rendezvényen vesz részt. Például a „Nők az üzleti életben” vagy esküvői kiállításokon. Itt igyekszik lehetséges ügyfeleket és üzleti lehetőségeket találni és az előadások által fejlődni, mint ember, mint tulajdonos. Érdekes mindig több perspektívát is meghallgatni akár egy adott témával kapcsolatban. Minden csütörtökön reggel pedig egy üzleti reggelire jár (BNI-Business Network International), ahol mindig találhat új lehetőségeket. A korábbiakban egy borospince tulajdonosával találkozott, akivel ma már együttműködésben állnak. A pincészet biztosítja a helyszínt a pároknak, Livi pedig igény szerint a dekorációt és az esküvőszervezést. A BNI során mindig érdekes előadásokon vehet részt az ember és a kapcsolati tőkéjét is nagymértékben tudja kamatoztatni. Emellett pedig nagy üzleti lehetőség is lehet a jövőben.

Számára most az is kimagasló lehetőség, hogy az állam ennyi kedvező hitelt és pluszt kínál az első házasoknak. Mivel bizonytalan a gazdasági helyzet sok esetben elég sokan inkább gyorsan összeházasodnak, hogy ez által könnyebben lakáshoz vagy házhoz jussanak.

Az AI használata is nagyban megkönnyíti a dolgát, akár csak egy meghívó tervezésében, vagy rendszerezésben. A másik modern technológia a fizetett hirdetések felül, amit a legjobban ki tud használni az a TikTok. Mivel korábbiakban a munkájához tartozott nagyon ért a megfelelő és minőségi tartalomgyártáshoz, ami által nagyon sok embert ér el. A meglévő videókból pedig mindig új ötleteket és ihleteket tud szerezni egy következő megbízáshoz.

Mik lehetnek egy ilyen vállalkozás esetleges buktató elemei?

Mivel ez nem minden esetben egy szükségszerű szolgáltatás, így a bizonytalan gazdasági helyzetben előfordulhat, hogy nem veszik annyian igénybe a szolgáltatást, mint amennyivel első célként számol a vállalkozó. Ezért is bővítette ki Livi a szolgáltatások listáját az esküvő-és rendezvényszervezés mellett a dekorációkészítésre, illetve a tartalomgyártásra is. Emellett több versenytárs is van a piacon, illetve folyamatosan is jelennek meg újak, ezért is folyamatosan képnben kell lennie az új irányvonalakkal, hirdetési formákkal, hogy ő is versenyben maradjon. Továbbá még veszélyeztető tényező lehetne például, ha újból kialakulna egy járvány és megint bezártság alakulna ki. De úgy gondolja, hogy tudása és akarata megvan a vállalkozáshoz és mindent meg fog tenni azért, hogy előre felkészüljön minden eshetőségre és sikeresen vállalkozást vezessen, amivel az ügyfelei is nagyon elégedettek.

Vannak-e még kitűzött célok a jövőre nézve?

Mivel szóba került, hogy a bizonytalan gazdasági helyzet miatt kevesen veszik igénybe mondjuk a teljeskörű szolgáltatást, ezért a jövőbeli terv, hogy akár AI vagy más program segítségével létrehozni egy papíralapon és online formában is elérhető segédletet a rendezvény szervezésekhez. Első körben esküvők számára, hogy egy párnak semmi se maradjon ki a „to do list”-ből és mindenre készen tudjanak állni a nagy nap előtt. Ez még kidolgozási fázisban van, de a jövőben nagy lehetőségeket lát benne.

Természetesen szeretné még bővíteni folyamatosan az ügyfelek és partnerek számát, de elégedett a jelenlegi munkája mennyiségével, és a jövőben, amint z megnövekszik, szeretné bővíteni nemcsak a csapatát is, hanem a szolgáltatásainak listáját is. Emiatt még idén és a jövő év elején több tanfolyamot is el fog végezni.

Összeségében elégedett, de a támogatásból nagyon sok tőke ment el különféle befektetésekre, amelyek ugyan hosszútávon remélhetőleg megtérülnek, de szeretné még várni az anyagi beruházású fejlesztésekkel és addig is fejlődni abban, amiben csak befektetett energiával is tud.

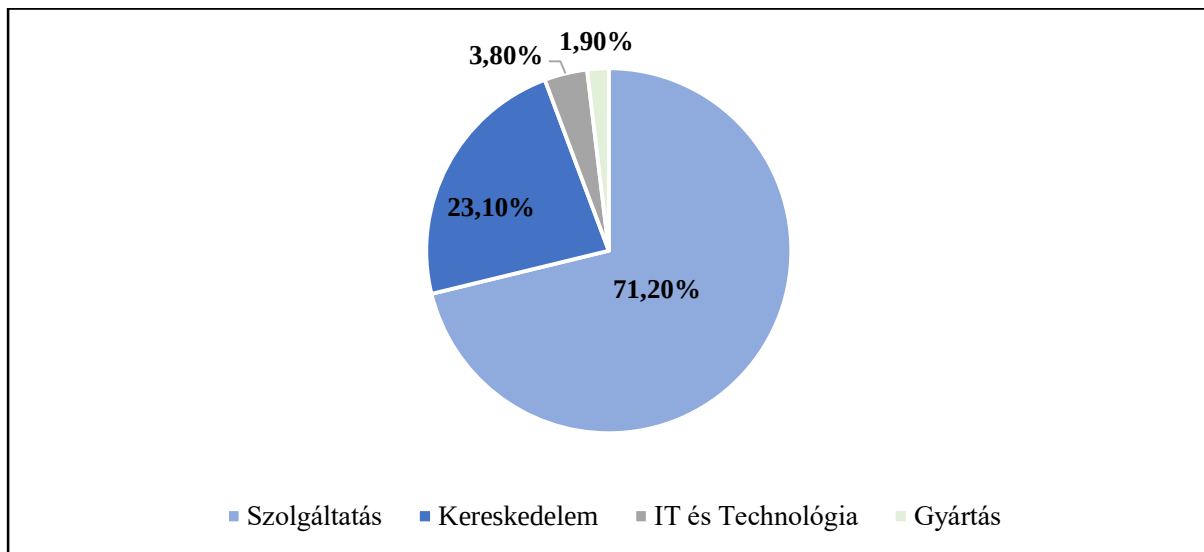
6.2. A L'amour Weddings SWOT-Analízise

Az interjú alapján pedig elkészítettem a vállalkozás SWOT- elemzését, amit a 6. táblázat szemléltet.

6. táblázat A L'amour Weddings SWOT-elemzése
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

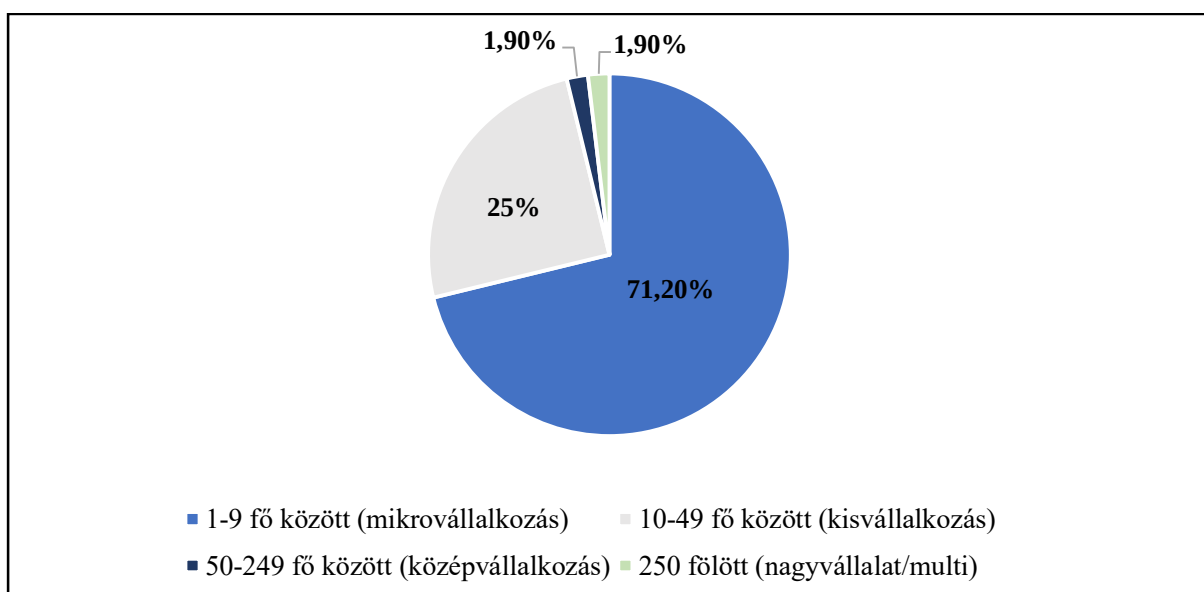
Pozitív	Negatív
ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
- Ügyfélközpontúság - Kapcsolati háló - Szakmai tapasztalat - Megfelelő tájékoztatás - Rugalmasság - Modern technológia alkalmazása - Magas minőség - Több, személyre szabott szolgáltatás nyújtása egyben és akár külön is	- Túlterhelt vezető - Személyzet hiánya - Magas költségek - Nem elegendő készlet - Időszakos kereslet
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
- Állami intézkedések: CSOK, Babaváró Hitel, Első házasság kedvezményei - Digitális, online jelenlét - AI alkalmazása - Eseményeken, kiállításokon való megjelenés - Partnerségek	- Koronavírus járvány - Konkurencia vállalatok - Gazdasági hatások/Infláció - Lemondások

6.3. Kérdőíves vizsgálat eredményei



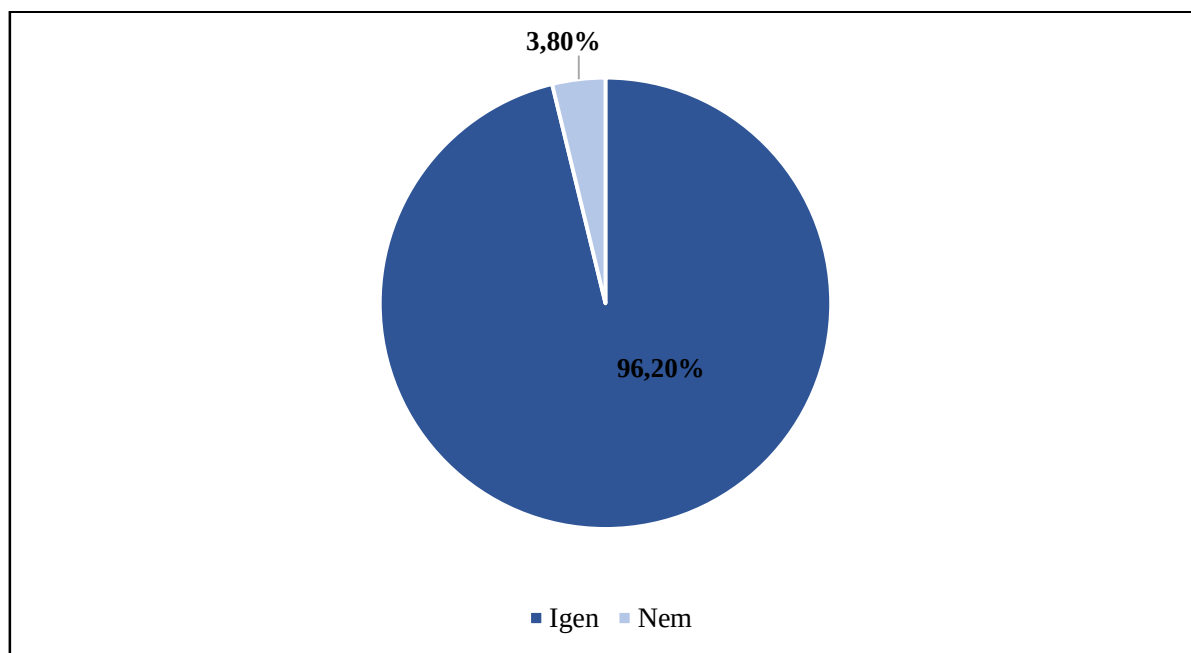
9. ábra: A vállalkozások iparág szerinti megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 9. ábra szemlélteti a válaszadók vállalkozásainak iparág szerinti megoszlását. Kutatásom szempontjából fontos, volt, hogy többféle vállalkozást elérjek. A megkérdezettek 71,2%-a szolgáltatást nyújtó a vállalkozást vezet, ami azért sem volt számomra meglepő, mivel Magyarországon a legtöbb vállalkozás a szolgáltatói szektorban helyezkedik el. Őket követik a második legnagyobb arányban a kereskedők, majd IT és technológiai cégek és végül, de nem utolsón a gyártással foglalkozó vállalkozások.



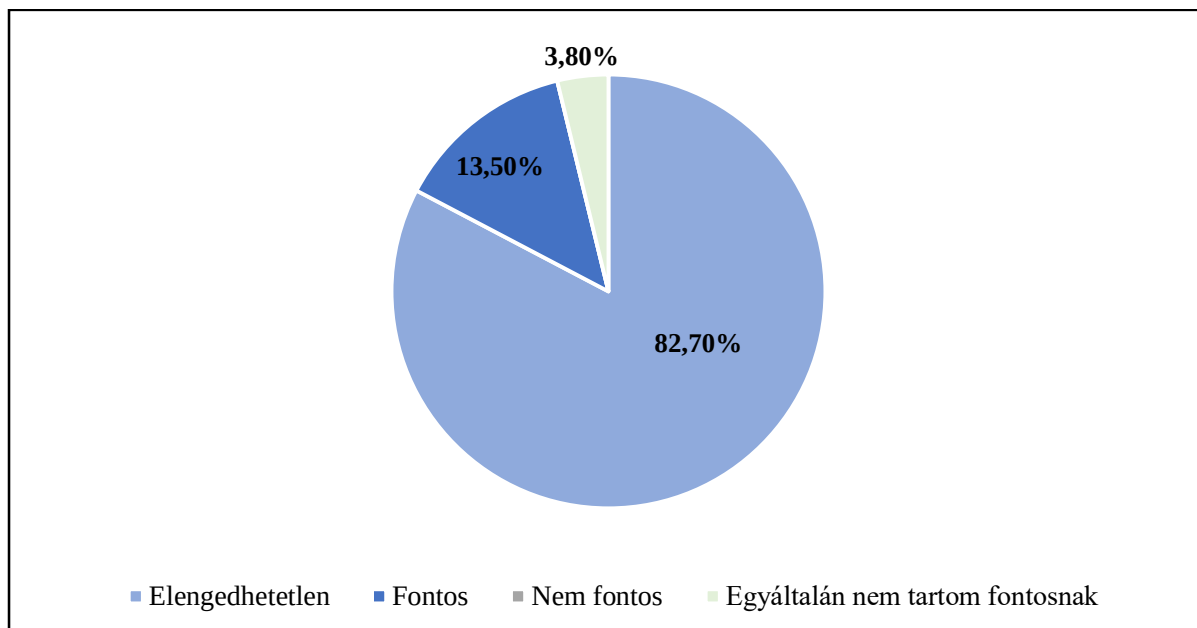
10. ábra: Vállalkozás létszám szerinti megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 10. ábrán láthatók, hogy milyen méretű vállalkozások töltötték ki a kérdőívet. Mivel egy üzleti eseményen történt a megkérdezés, ezért számítottam arra, hogy a legtöbb kitöltés a mikro vállalkozások közül fog érkezni, ami 71,2%-ban volt jelen a kitöltések közül. Viszont a kutatásom sikerességéhez elengedhetetlen volt, hogy többfajta vállalkozási formát elérjek. Magyarországon nagyon sok vállalt és cég van bejegyzésben, azonban magyar tulajdonban lévő multik nagyon kevesen vannak. Sok esetben külföldi befektetők miatt vagy, a megfelelő technológia képzés hiányában alakult ki ez a helyzet.



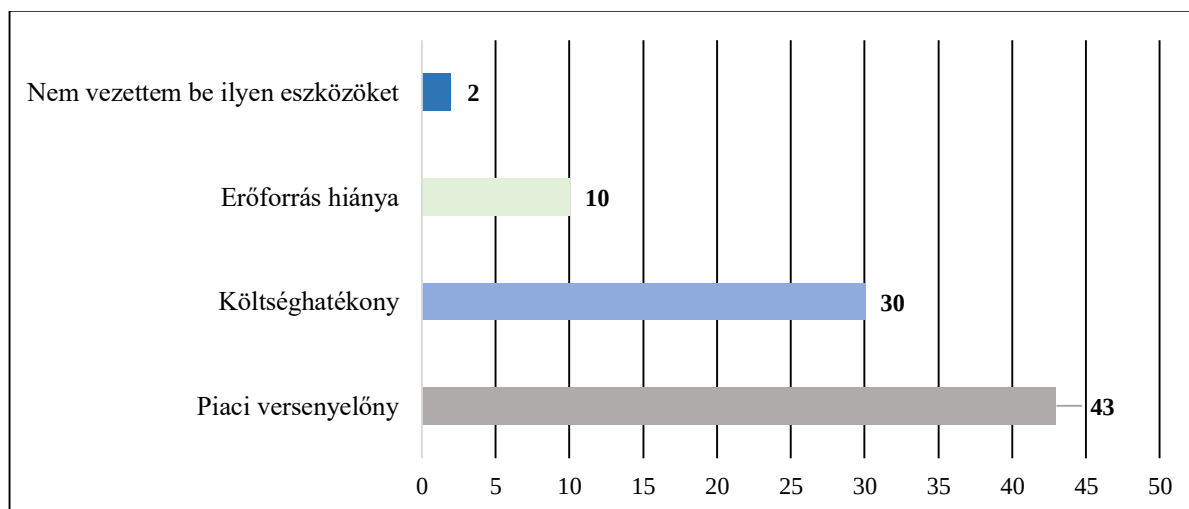
11. ábra: A vállalkozások digitalizációs/innovációs fejlesztéseinek használatának megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 11. ábrán a megkérdezetteket arról kérdeztem, hogy használnak-e valamilyen digitalizációs/innovációs fejlesztéseket. 96,2%-ban a válasz igen volt, amiből arra következtetek, hogy a vállalkozások életútjában napjainkban kulcsfontosságú szerepet játszanak a digitalizációs, innovációs fejlesztések. Vannak esetenként olyan vállalkozások, ahol nincs arra igény, hogy ezeket a módszereket megtanulják a vállalkozók vagy esetleg csak az anyagi tőke hiányzik hozzá, hiszen ezek az eszközök nemcsak egyszeri befektetést igényelnek, hanem időközönként a siker érdekében többet kell befektetnünk ahhoz, hogy nagyobb sikereket és nagyobb bevételhez juthassunk. Több mezőgazdasági vállalkozásban illetve olyan cégek esetében, ahol idősebb generációs vezető van jelen, ők esetenként nehezebben hajlandóak alkalmazkodni a ilyesfajta megoldásokhoz és szeretnek inkább a régi rendszer alapján működni és nem is akarnak további fejlődéseket bevezetni.



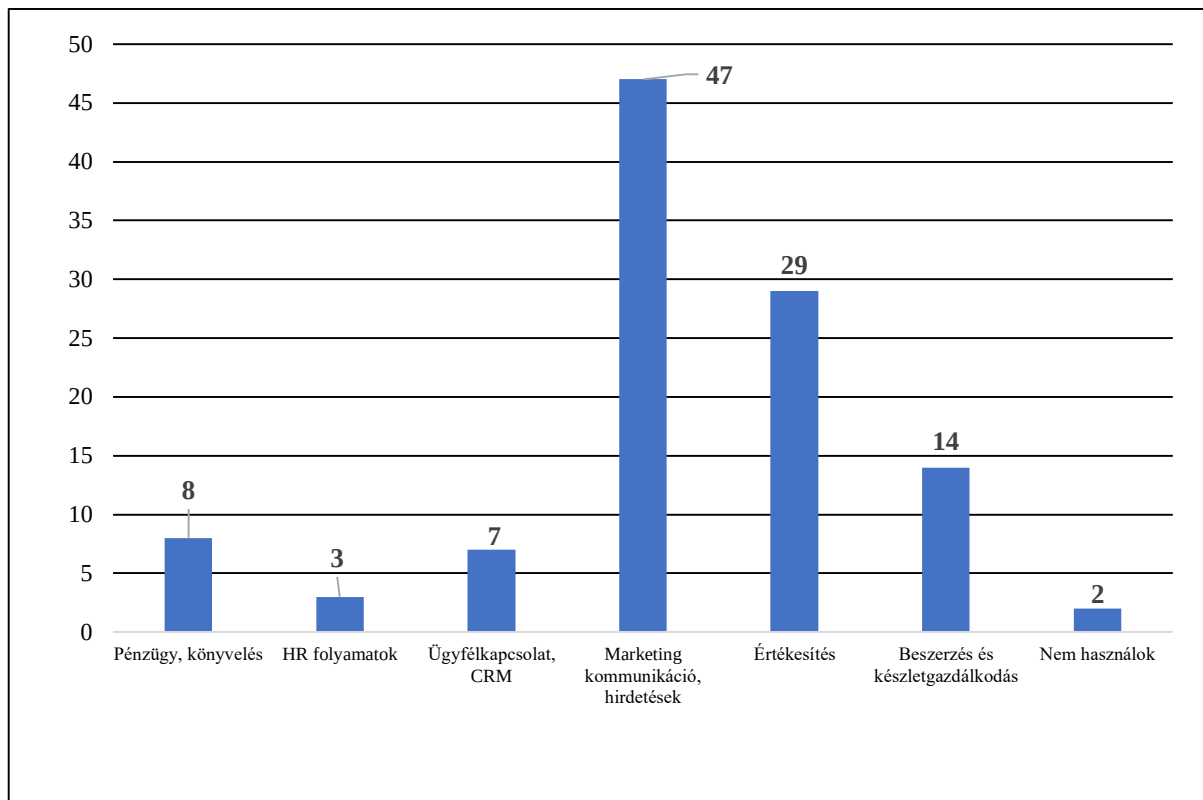
12. ábra: A digitalizáció/innovációs fejlesztések fontosságának megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 12. ábra pedig megmutatja a vállalkozók véleményét a digitalizációs fejlesztések fontosságáról. 82,7 %-ban elengedhetetlennek találták, ami azt mutatja, hogy ahogy haladunk idővel egyre inkább az a kialakult kép fog lesz a vállalkozók fejében, hogy az ilyesfajta fejlesztések nélkül nem lesznek versenyképesek vagy akár nem is látszanak majd a piacon. A válaszadók nagyon kis százalékban mondták azt, hogy ez egyáltalán nem fontos. Véleményem szerint esetenként vannak olyan iparágak, ahol valóban nem olyan fontos ezen fejlesztések esetleges bevezetése, de ahogy haladunk előre, egyre kevesebb az ilyennek bizonyuló vállalkozás.



13. ábra: Az innovációs/digitalizációs eszközök bevezetésének indokainak megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

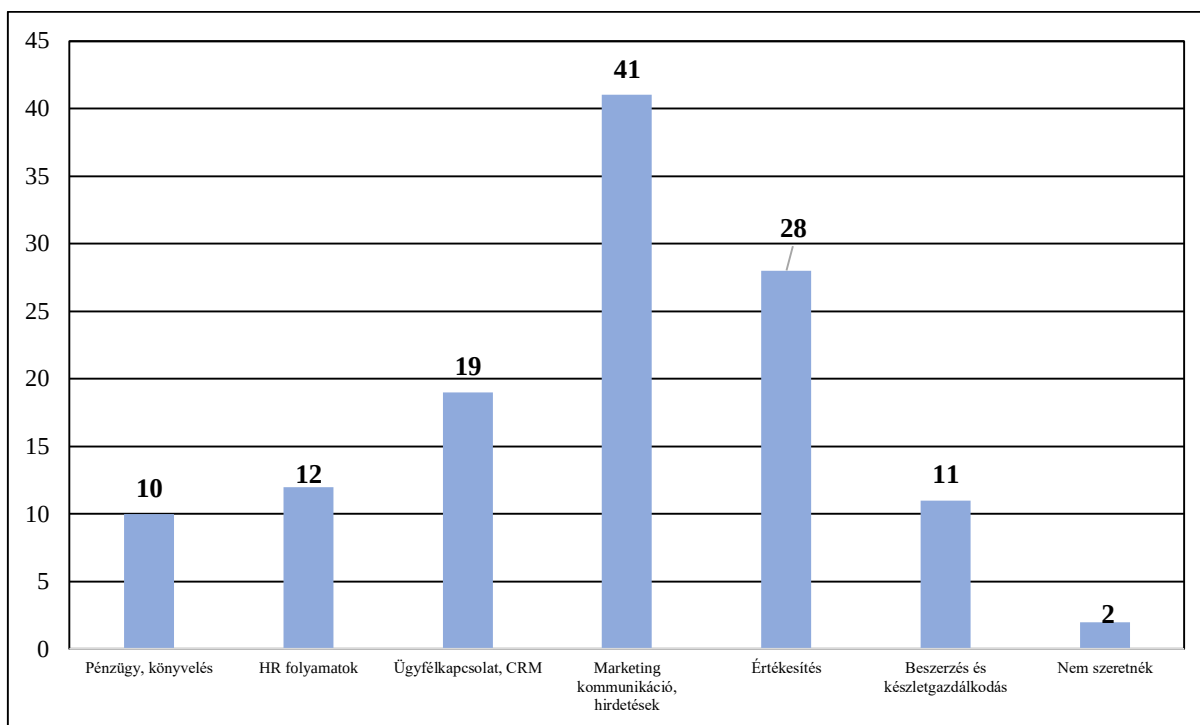
A következő kérdés esetében arra voltam kíváncsi, hogy melyek azok a fő indokok, amikért digitalizációs és innovációs eszközöket vezetnek be a vállalkozások. A válaszadók több válaszlehetőséget is megadhattak. A 13. ábra pedig megmutatja, hogy az 52 válaszadó közül a legtöbben a piaci versenyelőny megszerzése miatt vezetik be ezeket a fejlesztéseket. Ezt követően még sokan költséghatékonyság szempontjából is választották, hiszen sok esetben olcsóbban jön ki például egy fizetett hirdetés, mint egy marketinges kolléga alkalmazása. Azonban ezek a fejlesztések nem váltják ki a munkaerőt, hiszen ezekre is időt kell szánni, ezek is költségesek illetve a folyamatokat is nyomon kell követni és ellenőrizni, esetenként javítani kell azokat. Az erőforrás hiánya sok esetben előfordul, főként kezdő vállalkozások esetében, hogy nincs még annyi bevétel, hogy esetlegesen pluszban tudjanak alkalmazottat vagy alkalmazottakat felvenni. Az ilyen esetekben pedig az egyes folyamatokat sokan digitalizációval próbálják ideiglenesen helyettesíteni.



14. ábra: Innovációs/digitalizációs eszközök használata a különböző területeken
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 14. ábrán jól látható, hogy a legtöbben ezeket az eszközöket, fejlesztéseket főként a marketingkommunikációra és hirdetésekre alkalmazzák. Napjainkban már szinte nem is tudunk úgy megnyitni semmilyen internetes felületet vagy applikációt, hogy ne találkozzunk hirdetéssel, ezért várható volt számomra, hogy a legtöbben első sorban ezért alkalmazzák ezeket

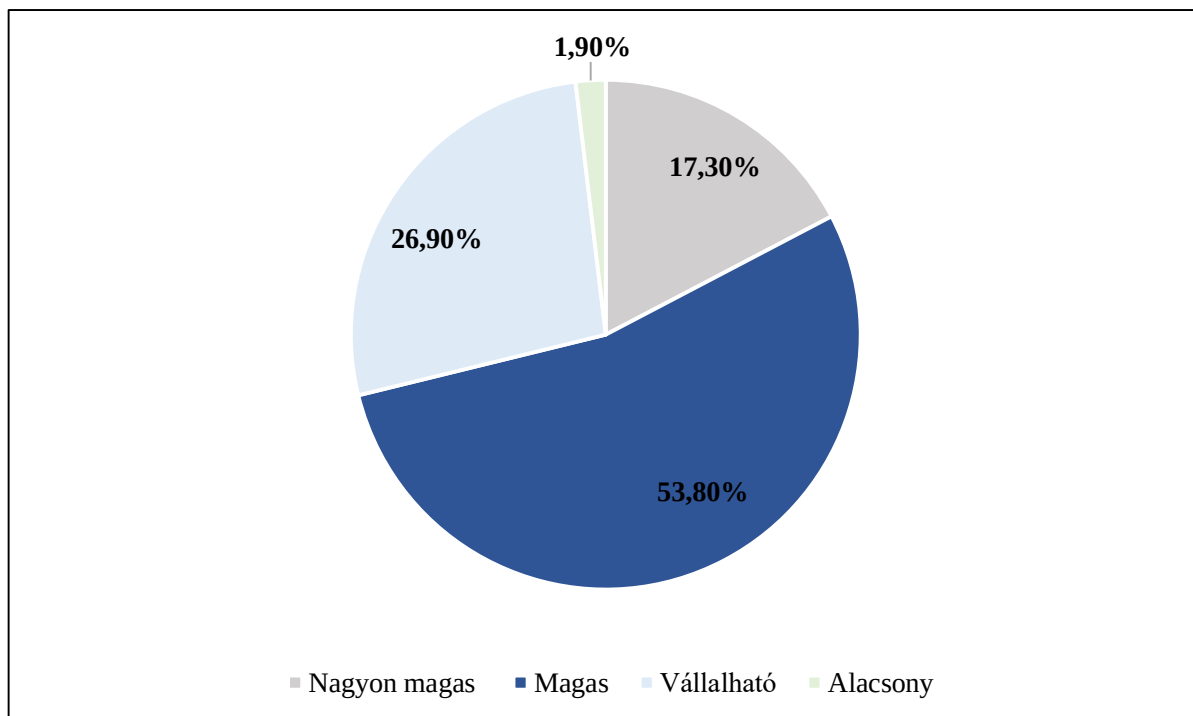
az eszközöket. A második leggyakoribb tényező az értékesítés volt. Nagyon sok webshop van már szerte a világon és az „elkényelmesedés” miatt sokkal népszerűbbek lettek az online vásárlási formák, mint eddig valaha. A beszerzési és készletgazdálkodási formák is napjainkban sokkal könnyebben vezethetők, átláthatók, mint a régi módszerek esetében. Sok cég rendelkezik ügyfélszolgálatos, CRM rendszerrel. Mivel ebben a szakmában egy kisebb hiány alakult ki, ezért a cégek többsége most már AI segítségével digitalizációs eszközökkel oldja meg ezeket a folyamatokat. Ezek költséghatékonyabbak, gyorsabbak viszont nem hiba nélküliek és sok esetben rosszabb érzéssel tölti el a fogyasztókat az, hogy egy robot válaszol nekik, mint a tényleges emberi kontakt. A pénzügyi, rendszerek és HR folyamatok is manapság könnyebben vezethetők, visszakövethetők online rendszerekben, azonban még itt sem hagyhatjuk el teljesen a papír alapú régi rendszereket. Sok esetben pedig ezekben a folyamatokban azért nem alkalmaznak ilyen rendszereket, mert a hackertámadások nagyon gyakoriak a pénzügyi és HR területeken. Az adatok pedig nagyon érzékenyek a legtöbb vállalkozás esetében, ezért valamikor inkább papír alapú dokumentumokban tárolják őket. Illetve nagyon sok egyéni vállalkozás esetében például nincs is szükség HR folyamatokat támogató rendszerekre.



15. ábra: Innovációs/digitalizációs eszközök használata terve a jövőben különböző területeken
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

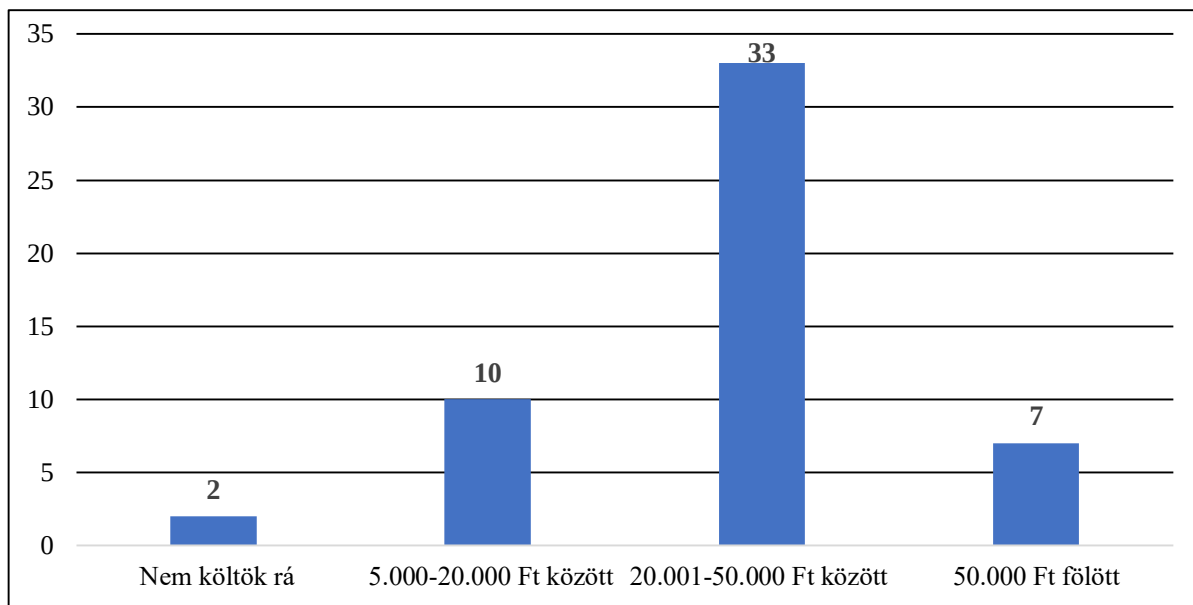
A következő kérdés esetében arra voltam kíváncsi, hogy milyen területeken szeretnének még alkalmazni digitalizációs eszközöket, folyamatokat a vállalkozók. A 15. ábrán pedig látható,

hogy a marketing, hirdetések és az értékesítés ugyancsak magas válaszadási arányt kapott. De a jövőben sokan szeretnék több területen, főként ügyfélkapcsolat és HR területen is több ilyen digitalizációs fejlesztést alkalmazni. Véleményem szerint az ügyfelek számára sokkal vonzóbb egy cég, ha van ügyfélszolgálat, amit akár 0-24-es formában elérhetnek. A mesterséges intelligencia megjelenésével pedig sokan tesztelték, hogy milyen szinten tudják ezek a folyamatok kiváltani az emberi munkavégzést és ennek köszönhetően egyre többen alkalmaznak ilyesfajta mesterséges intelligencia által irányított ügyfélszolgálati rendszereket.



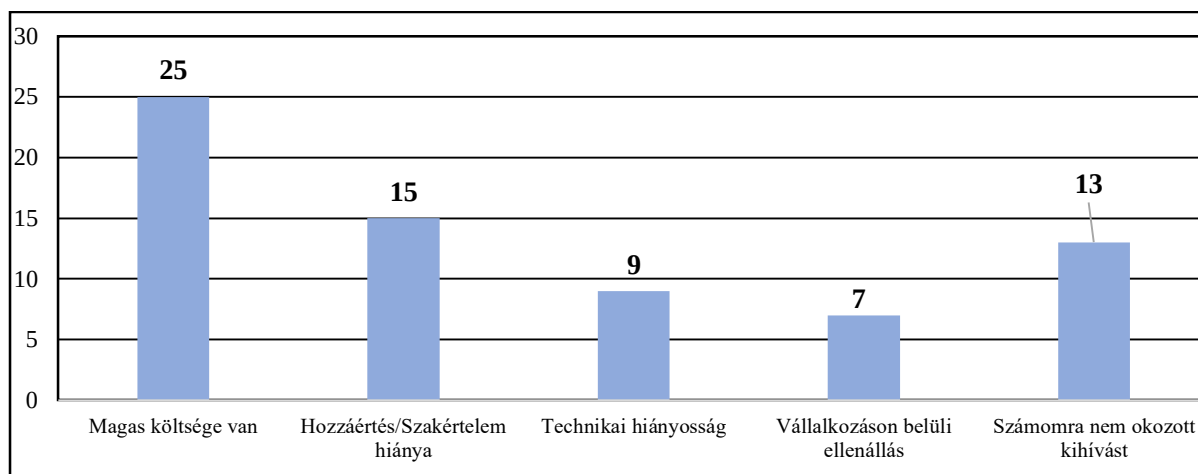
16. ábra: A vállalkozók szerinti digitalizációs folyamatok költség szintjének megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A következő kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy ítélik a vállalkozók a digitalizációs költségeket. A 16. ábra alapján a válaszadók több mint fele, azaz 53,8%-ban mondták, hogy ezek a költségek magasak. 17,3 %-ban pedig nagyon magasnak gondolja ezeket a költségeket. Mivel a korábbi kérdésből kiderült, hogy a legtöbben hirdetésre használják ezeket a folyamatokat, ebből kifolyólag egy jól és gyakran megjelenő hirdetés akár napin 30.-40.000 Ft között is lehet, ami egy kezdő vállalkozás számára nagyon magas. Arról nem is beszélve, hogy már egyes esetekben a tartalomgyártásért is fizetnünk kell. Minösszesen 26,9%-ban gondolták vállalhatónak ezeket az összegeket és 1,9%-ban mondták, hogy alacsonyak. Külföldi összehasonlításban nézve elmondható, hogy a magyar piacon valóban alacsonyabbak a tartalomgyártási árak, de természetesen itt is vannak kivételek.



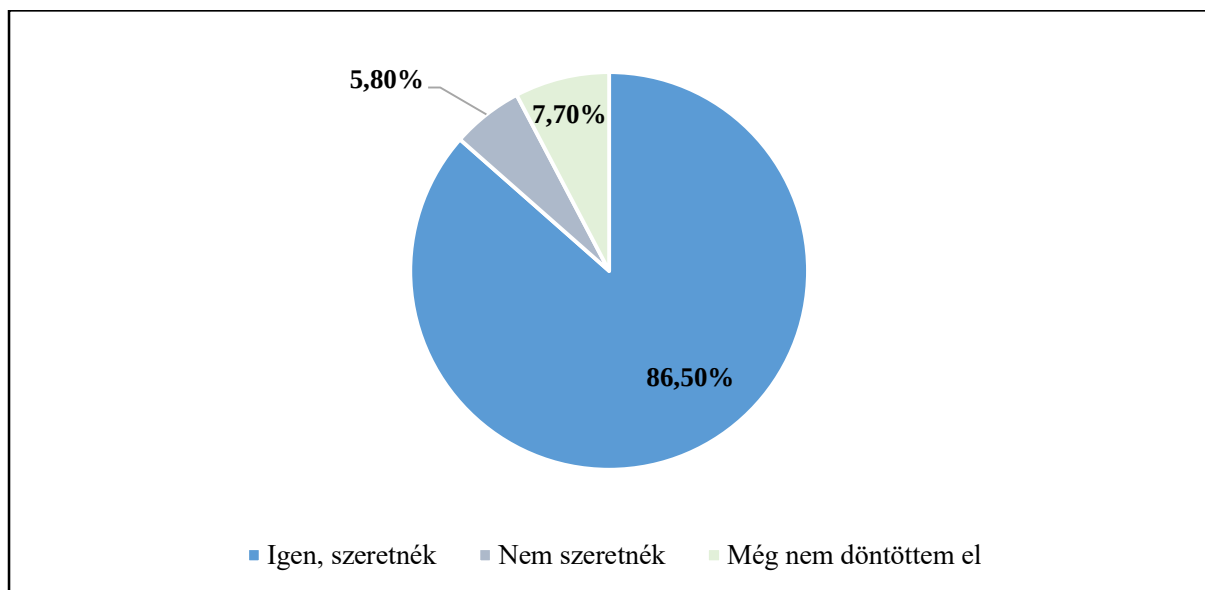
17. ábra: A vállalkozások digitalizációs eszközökre fordított, havi átlagos ráfordításainak megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A következő kérdésnél azt vizsgáltam, hogy a vállalkozások havi lebontásban nézve átlagosan mennyit költenek digitalizációs és innovációs fejlesztésekre. A 17. ábra szemlélteti, hogy a megkérdezettek többsége 20.001-50.000 Ft között költ el havonta ilyesfajta fejlesztésekre. Főként azért, mert a legtöbb programnak havi költsége van és ezen felül még hozzájönnek a különféle hirdetés és marketing költségek. Nagyjából hasonló mennyiségben költenek kevesebbet és többet. Ez nyilván attól is függ, hogy milyen a vállalkozás és milyen szintű reklámra vagy eszközökre van szükségük. De összességében elmondható, hogy a magyarországi fizetésekhez viszonyítva ez viszonylag magas költségi aránynak minősül, azonban mégsem tesz ki egy teljes munkavállalói bért, ezáltal költséghatékonyabbnak bizonyulhat a cégek számára.



18. ábra: A digitalizációs/innovációs bevezetésekor felmerülő kihívások megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

Kutatásom során az is fontos tényező volt, hogy választ kapjak, hogy melyek azok a tényezők, amik a legnagyobb kihívást jelentik a vállalkozók számára a digitalizációs folyamatok bevezetésekor. A 18. ábra alapján látható, hogy a legnagyobb kihívást jelentő tényező az, hogy ezeknek a folyamatoknak a bevezetése, illetve fenntartása is magas költségekkel jár. Sok esetben egy kezdő vállalkozásban ezek még kezdetlegesen elérhetetlenek és majd csak egy bizonyos összegűbevétel után tudják bővíteni ilyen irányban is a vállalkozásukat. Több esetben előfordul az is, hogy a bevezetők nem rendelkeznek megfelelő háttértudással, szakértelemmel, ami miatt túl sok idő mehet el arra, hogy sikeresen bevezessük ezeket a fejlesztéseket. Ezt követően vannak olyan vállalkozások, ahol a megfelelő technika hiányzik és emellett vannak olyan cégek, ahol a dolgozóknak nem tetszenek az új változtatások. Megfelelő kommunikációval, megértéssel azonban ezek az akadályok könnyen elkerülhetők, azonban az esetleges anyagi ráfordításokat sok esetben nehezebb megszerezni. Viszont több olyan vállalkozó is volt, akinek semmilyen szinten nem okoztak ezek a tényezők kihívást.



19. ábra: Jövőbeli tervek megoszlása az innovációs/digitalizációs fejlesztésekre
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 19. ábra szemlélteti, hogy a megkérdezettek 86,5%-a az elkövetkezendő 1-3 év során még több fejlesztést szeretne bevezetni, 7,7% még nem döntötte el és csupán 5,8%-uk mondta, hogy nem szeretne további fejlesztéseket bevezetni. Ezek a számok arra engednek következtetni, hogy a jövőre nézve a z ilyesfajta fejlesztések egyre nagyobb szerepet töltenek majd be egy vállalkozás életútjában és ahogy haladunk előre úgy egyre inkább elengedhetlenné válik minden területen és minden iparágban, hogy különféle digitalizációs és innovációs fejlesztéseket vezessünk be.

7. Következtetések és javaslatok

Ebben a fejezetben az általam felállított hipotéziseket fogom megvizsgálni, és ezekre javaslatokat teszek.

H1: A digitalizációhoz és innovációhoz kapcsolódó befektetések pozitív hatása a vállalkozások működési eredményeire a cégek méretétől és iparágától függetlenül megfigyelhető.

Ehhez a hipotézishez a kérdőívnek a 1., 11., és 16. kérdését elemeztem. Amelyek a vállalkozások iparágára, digitalizációs hatásokra illetve a válaszadók életkorára vonatkoztak. Az adatokat összegyűjtöttem és a 7. táblázatban foglaltam össze.

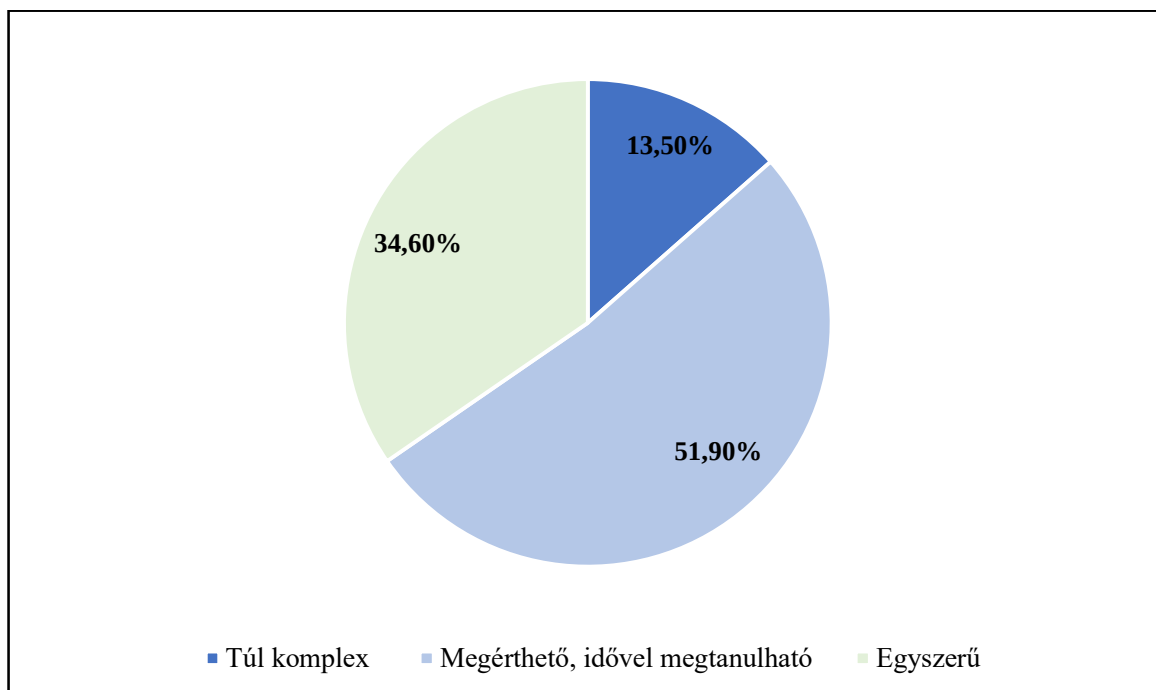
7. táblázat: A digitalizációs hatások a vállalkozásokra
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

	1 (egyáltalán nem értek egyet)	2	3	4	5 (teljes mértékben egyet érték)	Átlag
A digitalizációval tudtam csökkenteni a vállalkozásom költségeit	1	1	2	24	24	4,3269
A digitalizációval növekedtek a vállalkozásom bevételei	1	1	1	15	34	4,5384
A digitalizáció/innovációs fejlesztések segítettek a versenyképesség megtartásában/növelésében	1	1	0	26	24	4,3653
A digitális eszközök bevezetése/fejlesztése javították a munka hatékonyságát.	1	2	35	10	4	3,2307

A kiszámított értékek mutatják, hogy a válaszadók átlagosan mennyire értettek egyet az adott állításokkal. Mivel kutatásom során több iparágban tevékenykedő és különféle méretű vállalkozásokat is vizsgáltam. Az átlagos értékek pedig megmutatják, hogy többségben teljes mértékben egyetértenek azzal, hogy az ilyesfajta fejlesztések növelték a vállalkozásuk bevételeit. Magas arányban egyet értenek azzal is, hogy ezeknek a bevezetésével csökkenteni tudták költségeiket, illetve segítették őket a versenyképességük növelésében vagy megtartásában. Arra a kérdésre pedig, hogy javították-e a munka hatékonyságát viszonylag

megosztott válaszokat kaptam. Ugyanis a legtöbb vállalkozás tekintetében elmondható, hogy a digitalizációs fejlesztések gyorsítják a munkafolyamatokat, azonban ezekben is lehet hiba, amiket ellenőrizni kell, ami időigényes, ezáltal nem feltétlenül hatékony. Mivel a legtöbb pozitív hatást vizsgálva a válaszadók többsége átlagosan vagy teljes mértékben egyetért vagy szinte teljes mértékben egyetért, ezáltal az állítást elfogadtam.

H2: A vállalkozások vezetői túlnyomórészt vonakodnak digitalizációs, innovációs fejlesztéseket bevezetni, mert azok költségesek és túl komplexnek ítélik őket.



20. ábra: A digitalizációs folyamatok összetettségének megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

Ennél a hipotézisnél azt állítottam, hogy a vállalkozók túl komplexnek találják a digitalizációs folyamatokat. A 20. ábra alapján, azonban megállapítottam, hogy csupán 13,5%-ban találták túl komplexnek ezeket a folyamatokat, ezért ezt a hipotézis hamisnak bizonyult.

Véleményem szerint egyre több fiatal vállalkozó van jelen a Magyarországon is. Illetve a megkérdezettek többsége 26-34 év között volt, akik többségben a „Z” generációhoz tartoznak. Ahogy haladunk előre a generációk tekintetében úgy tapasztalhatjuk, hogy a fiatalok egyre korábban és gyorsabban ismerkednek a technikával, különféle digitalizációs fejlesztésekkel, ezáltal, ha vállalkozásba kezdenek, akkor az ilyen folyamatoknál felmerülhető akadályokat

könnyedén leküzdik. Illetve bátrabban mernek ilyesfajta fejlesztéseket is bevezetni, hiszen ők ebbe szinte már beleszülettek.

H3: A digitalizáció és innováció hozzájárul a vállalkozások költségcsökkentéséhez, profit maximalizálásához és stabilitásuk növekedéséhez.

A következő hipotézisnél χ^2 próbát végeztem, hogy megállapítsam, hogy a digitalizációs és innovációs fejlesztések és a költségcsökkentés, profit maximalizálás illetve növekvő stabilitás között van-e összefüggés.

Ebben az esetben a **H0**: A digitalizációhoz és innovációhoz kapcsolódó befektetések nem járulnak hozzá szignifikánsan a vállalkozások működési költségeinek csökkentéséhez, illetve nem feltétlenül növelik a profitjukat és stabilitásukat.

Ezután Excel táblázat segítségével kiszámoltam az empirikus értéket, ami 50,68 lett.

Ezt követően a táblázatból megállapítottam, a szabadságfokot, ami 12 lett. Megvizsgáltam az ehhez tartozó értéket először 0,95 szignifikancia-szinten, ahol a kritikus érték 21,03 volt.

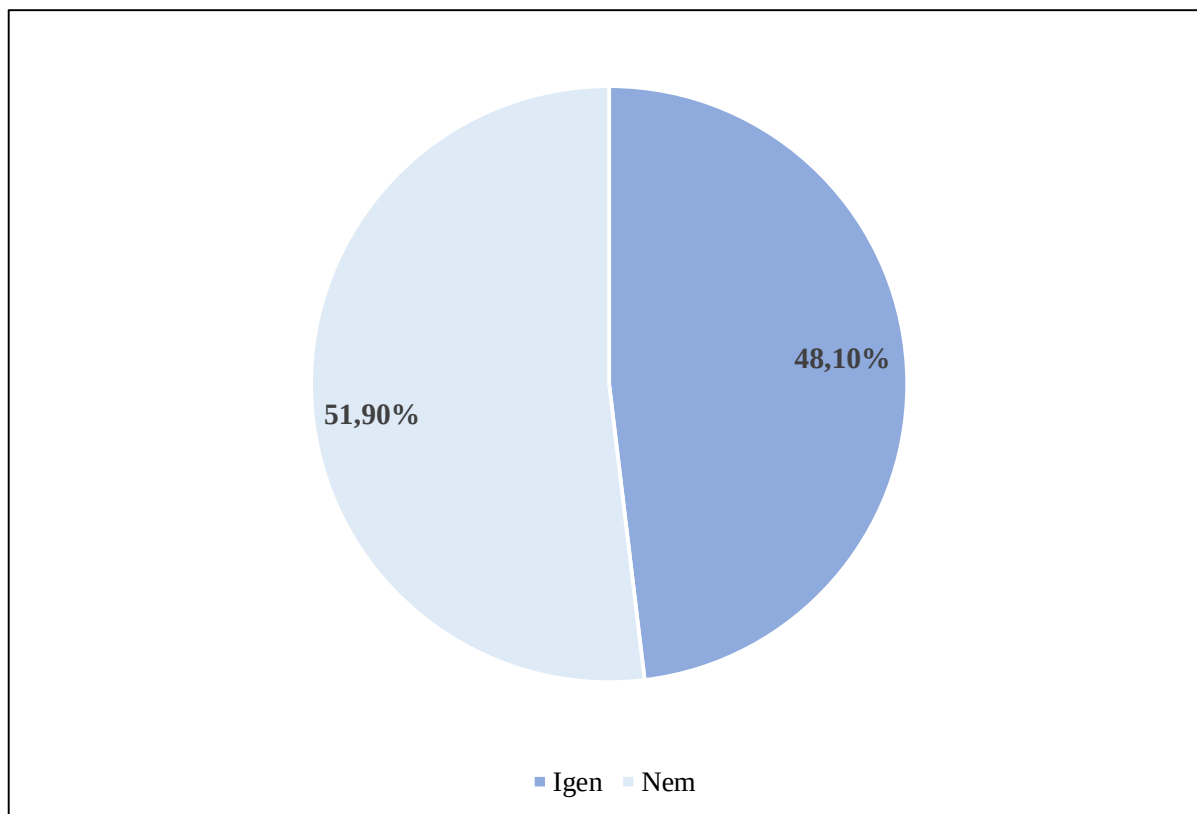
8. táblázat: A χ^2 próba számítás eredményei
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

Tényező	Érték
Empirikus érték	50,68
Szabadságfok	12
Kritikus érték	21,03

Mivel a χ^2 empirikus érték nagyobb, mint a kritikus érték, ezért a H_0 - elvettem és megállapítottam, hogy jelentős összefüggés a digitalizációs és innovációs fejlesztések és a vállalkozás költségcsökkentésének, profit maximalizálásának, stabilitás növekedése között.

H4: A mesterséges intelligencia a jövőben kiválthat akár egy teljes munkaerőt.

A dolgozatom első felében, szakirodalmak alapján is megvizsgáltam a mesterséges intelligenciát és azt, hogy jelenleg hol tart a fejlődési ciklusban és mire képes. De a kérdőívben külön kérdésként vázoltam fel, hogy megtudjam mi is jelenlegi álláspontjuk ezzel kapcsolatban a vállalkozóknak. Ennek a hipotézisnek az elemzéséhez a szakirodalom mellett a kérdőív 13. kérdését használtam fel.



21. ábra: A válaszadók véleményének megoszlása a mesterséges intelligencia jövőbeli munkaerő kiváltásról
Forrás: Saját szerkesztés (2024)

A 21. ábra alapján megállapítható, hogy a válaszadási arányok nemsokban különböztek. A megkérdezettek 51,9% gondolta úgy, hogy a jövőben sem lesz képes kiváltani a munkaerőt a mesterséges intelligencia. Az elmondható, hogy napjainkban már olyan szinten fejlett ez a fajta technológia, hogy képes például ügyfélszolgálatként működni. Azonban a kívánt cél elérésnek érdekében, ehhez az szükséges, hogy emberek iktassák be a rendszerbe a megfelelő adatokat. Továbbá azt is fontos megemlíteni, hogy mivel egy számítástechnikai rendszerről van szó, ezért benne van a hibátényező is, illetve a karbantartás és ezekhez is emberi munkaerő szükséges. Sok kutatásban említik, hogy milyen iparágakat tudnak helyettesíteni, azonban 100%-ban még egyik unkaört sem sikerült, teljesen önállóan helyettesíteni. Véleményem szerint a mesterséges intelligencia még csak a kezdeti fejlődési fázisában tart és el sem tudjuk képzelni, hogy mire lehet képes a jövőben, de jelenleg és még az elkövetkezendő években sem tart azona szinten, hogy képes legyen helyettesíteni egy munkaerőt vagy akár csak önállóan működni. Ezek és korábbi kutatások alapján ezt a hipotézist nem fogadtam el.

8. Összefoglalás

Dolgozatomban a digitalizációs és innovációs fejlesztéseket vizsgáltam a vállalkozásfejlesztések tekintetében. A szekunder kutatásom keretén belül célkitűzésem volt, hogy megvizsgáljam a digitalizáció és az innováció hatását a vállalkozások tekintetében, ezeknek a fejlesztéseknek a módszereit, esetleges kihívásait, illetve a mesterséges intelligencia bevezetésének és jelenlegi helyzetének elemzése. A primer kutatásra vonatkozó célkitűzéseim a következők voltak: egy kezdő vállalkozás felépítésének megismerése, a vállalkozás SWOT-elemzésének elkészítése és a digitalizációs és innovációs fejlesztések vizsgálata a megkérdezett vállalkozások tekintetében.

A kutatásom első felében olyan szakirodalmakat dolgoztam fel, amelyek segítségével olyan, megfelelő háttértudásra tehettem szert melynek segítségével el tudtam végezni a saját kutatásomat. Az irodalomfeldolgozás első részében az innováció és digitalizáció fogalmát és hatását a vizsgáltam főként a kis- é középvállalkozások tekintetében, második részében pedig a vállalkozások innovációs jellemzőit és a mesterséges intelligenciát vizsgáltam.

Az anyag és módszertant a hipotézisek meghatározásával és a vizsgált cég bemutatásával kezdtem. A primer kutatás keretein belül olyan módszereket alkalmaztam, melyek segítségével hasznos információkat szereztem a vállalatról és strukturált mélyinterjút folytattam le a vállalkozás vezetőjével, amely után már el tudtam készíteni a kezdő vállalkozás SWOT-elemzését, ezen felül betekintést nyerhettem a vezető jövőbeli fejlesztési terveibe is egyaránt.

A dolgozat írásával párhuzamosan kérdőíves megkérdezést is végeztem, amely azt a célt szolgálta, hogy betekintést kapjak, hogy milyen digitalizációs fejlesztéseket alkalmaznak a vállalkozások esetében, mik lehetnek ezeknek a kihívásai, illetve a jövőbeli lehetőségei. A kitöltést követően elemeztem és részletesen kiértékeltem az eredményeket átlagszámítás és megoszlás számítás segítségével. Majd ezt követve az anyag és módszertan fejezetben megfogalmazott hipotézisek vizsgálata következett, melyeket kimutatásokkal, diagramokkal és Khi² próbával igazoltam vagy vetttem el és fogalmaztam meg a véleményem a kutatás alapján.

Összességében elmondható, hogy napjainkban szinte elengedhetetlen a digitalizációs és innovációs fejlesztések bevezetése és használata és idővel ezek csak egyre népszerűbbek lesznek minden vállalkozás tekintetében.

Felhasznált irodalom és források jegyzéke

- 4dsoft.hu. (2024. 10 16). Letöltés dátuma: 2024.. 11.02., forrás: www.4dsoft.hu:
<https://www.4dsoft.hu/a-digitalis-transzformacio-kihivasai-hogyan-ismerjuk-fel-es-kuzdjuk-le-oket/>
- Balaton, K., & Hortoványi, L. (2018). *Stratégiai és üzleti tervezés*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Blah, A., Czakó, E., & Poór, J. (2021). *Nemzetközi menedzsment*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- cdn.kormany.hu. (2023. 12). *A Magyar Mikor- Kis- és Középvállalkozások megerősítésének stratégiái 2019-2030*. Letöltés dátuma: 2024. 11 04, forrás: cdn.kormany.hu:
<https://cdn.kormany.hu/uploads/document/a/ae/ae6/ae6ddf3889f14153a81dbe7b089d7a60e3ff6312.pdf>
- Chikán, A. (2020). *Vállalatgazdaságtan*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Csedő, Z., & Zavarkó, M. (2019). *Változásvezetés*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Csizmadia, T. (2023). *Innováció versus minőségmenedzsment - avagy az oximoron feloldása*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Deák, C. (2023). *Innovációs módszertan*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Dr.Papanek, G., Dr.Pakucs, J., & al., e. (2002). www.innovacio.hu. Letöltés dátuma: 2024. 11 02,
forrás: www.innovacio.hu:
https://www.innovacio.hu/tanulmanyok_pdf/magyar_kis_kozepes_vallalatok.pdf
- en.digst.dk. (2024). *en.digst.dk*. Letöltés dátuma: 2024. 11 04, forrás: en.digst.dk:
<https://en.digst.dk/digital-transformation/smedigital/>
- Fehér, K. (2017). *Digitalizáció és új média*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Fine, D., Havas, A., Hieronimus, S., Jánoskúti, L., Kadocsa, A., & Puskás, P. (2018. 05). www.mckinsey.com. Letöltés dátuma: 2024. 11 05, forrás: www.mckinsey.com:
<https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Hungary/Our%20Insights/Transforming%20our%20jobs%20automation%20in%20Hungary/Automation-report-on-Hungary-HU-May24.pdf>

- Gyulavári, T., Mitev, A., Neulinger, Á., Neumann, Bódi, E., Simon, J., & Szűcs, K. (2017). *A marketingkutatás alapjai*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Hoffer, I. (2023). *Innovációmenedzsment*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Horváth, I. (2021). *Tolmácsolás, digitalizáció, mesterséges intelligencia*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- hrpower.hu. (2023. 03 06). *hrpower.hu*. Letöltés dátuma: 2024. 11 05, forrás: hrpower.hu: <https://hrpwr.hu/cikk/hogyan-irja-at-a-munkaeropiacot-a-robotika-fejlolese>
- <https://www.facebook.com>. (2024). Forrás: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=122103251498505253&set=a.122103250178505253>
- IAMIT. (2023. 12 11). *IAMIT*. Letöltés dátuma: 2024. 10 22, forrás: www.iamit.hu: <https://iamit.hu/digitalis-transzformacio-igy-valtoztatja-meg-a-vallalatok-mukodeset/>
- Illéssy, M., & Huszár, Á. (2022.. 02 17). Technológiai fejlődés és munkaerőpiac: hogyan hat az automatizáció. *Statisztikai szemle*, 130-158.
- Katona, J. (2006). *Az Oslo kézikönyv harmadik kiadásának kiértékelése*. Budapest. Letöltés dátuma: 2024.. 06. 11., forrás: file:///C:/Users/No%C3%A9mi%20Silk%C3%B3/Downloads/OSLO3_kezikonyv_20060727.pdf
- kulcs-soft.hu. (2024). *kulcs-soft.hu*. Letöltés dátuma: 2024. 11 04, forrás: kulcs-soft.hu: <https://www.kulcs-soft.hu/kulcs-soft-cegbemutato>
- Kvale, S. (2005). *Az interjú - Bevezetés a kvalitatív kutatás interjútechnikáiba*. Jászöveg Műhely Kiadó.
- Lukács, G. S. (2012). *Termelői értékesítő szervezetek létrehozása és irányítása*. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház.
- origo.hu. (2024. 01 22). *origo.hu*. Letöltés dátuma: 2024. 11 04, forrás: <https://www.origo.hu/gazdasag/2024/01/olcsobb-a-human-munkaero-mint-a-mesterseges-intelliigencia-ai>
- pallas70.hu. (2023. 02 03). *AI, a jövő technológiája II*. Letöltés dátuma: 2024. 11 02, forrás: <https://pallas70.hu/kepzes-hirek/cikkek/ai-a-jovo-technologiaja-2>

- portfolio.hu. (2022. 09 15). *portfolio.hu*. Letöltés dátuma: 2024. 10 28, forrás: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20220915/brutalis-novekedest-hozhat-a-digitalizacio-a-magyar-gazdasagnak-567151>
- Rádi, B. (2021. 03 19). *mandiner.hu*. Letöltés dátuma: 2024. 11 04, forrás: *mandiner.hu*: <https://mandiner.hu/makronom/2021/03/a-nanushka-a-divatipar-leggyorsabban-novekvo-vallalata-europaban>
- Réfi, B. (2023. 01 05). *bluebird.hu*. Letöltés dátuma: 2024. 11 02, forrás: <https://bluebird.hu/mesterseges-intelligencia/>
- Rekettye, G., Tóth, T., & Malota, E. (2016). *Nemzetközi marketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Rekettye, G., Törőcsik, M., & Hetesi, E. (2016). *Bevezetés a marketingbe*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- smartnation.gov.sg. (2024. 11 05). Letöltés dátuma: 2024. 11 05, forrás: <https://www.smartnation.gov.sg/vision/>
- smartnation.gov.sg. (2024. 11 05). *smartnation.gov.sg*. Letöltés dátuma: 2024. 11 05, forrás: *smartnation.gov.sg*: <https://www.smartnation.gov.sg/achievements/>
- Trott, P. (2017). *Innovation Management and New Product Development*. Pearson Education.
- Veres, Z. (2021). *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Melléklet

Kérdőív

Tisztelt Kitöltő!

Silkó Noémi vagyok, a Kodolányi János Egyetem végzős, mesterszakos hallgatója. Kutatásom során az innováció és digitalizáció szerepét vizsgálom főként a kis- és középvállalkozások körében. A kérdőív kitöltése csupán néhány percet vesz igénybe és teljesen anonim.

A kitöltését és az erre szánt idejét előre is köszönöm!

K1. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, hogy az Ön vállalkozása melyik iparágba tartozik!

- ☐ Szolgáltatás
- ☐ Kereskedelem
- ☐ IT és technológia
- ☐ Gyártás
- ☐ Egyéb: _____

K2. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, hogy jelenleg hány alkalmazottat foglalkoztat az Ön vállalkozása!

- ☐ 1-9 fő között (mikrovállalkozás)
- ☐ 10-49 fő között (kisvállalkozás)
- ☐ 50-249 fő között (középvállalkozás)
- ☐ 250 vagy annál több alkalmazott (nagyvállalat/multi)

K3. Ön alkalmaz jelenleg digitalizációs/innovációs fejlesztéseket a vállalkozásában?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

K4. Kérem válassza ki, hogy Ön milyen mértékben találja fontosnak a digitalizációs/innovációs fejlesztéseket a vállalkozásának jövőjének tekintetében?

- ☐ Elengedhetetlen
- ☐ Fontos
- ☐ Nem fontos
- ☐ Egyáltalán nem tartom fontosnak

K5. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, hogy milyen okokból kifolyólag vezetett be digitalizációs/innovációs eszközöket a vállalkozásában? (Több válaszlehetőséget is megjelölhet)

- ☐ Piaci versenyelőny
- ☐ Költséghatékonyság
- ☐ Erőforrás hiánya
- ☐ Nem vezettem be ilyen eszközöket

K6. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, milyen területeken használ digitális eszközöket vagy szoftvereket a vállalkozás? (Több válaszlehetőséget is megjelölhet)

- ☐ Pénzügy, könyvelés
- ☐ HR folyamatok
- ☐ Ügyfélkapcsolat, CRM
- ☐ Marketing kommunikáció, hirdetések
- ☐ Értékesítés
- ☐ Beszerzés és készletgazdálkodás
- ☐ Egyéb: _____

K7. Kérem válassza ki, hogy Ön hogyan értékelné a digitalizációs/innovációs fejlesztések költségeit?

- ☐ Nagyon magas
- ☐ Magas
- ☐ Vállalható
- ☐ Alacsony

K8. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, hogy vállalkozásában havi szinten átlagosan mennyit költenek a digitalizációs/innovációs folyamatokra!

- ☐ Nem költök rá
- ☐ 5.000-20.000 Ft között
- ☐ 20.001-50.000 Ft között
- ☐ 50.000 Ft fölött

K9. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, milyen kihívásokkal szembesült a digitalizációs fejlesztések bevezetésekor? (Több válaszlehetőséget is megjelölhet)

- ☐ Magas költsége van
- ☐ Hozzáértés/Szakértelem hiánya
- ☐ Technikai hiányosság
- ☐ Vállalkozáson belüli ellenállás
- ☐ Számomra nem okozott kihívást

K10. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, mennyire érzi komplexnek a különféle digitalizációs/innovációs fejlesztéseket?

- ☐ Túl komplex
- ☐ Megérthető, idővel megtanulható
- ☐ Egyszerű

K11. Ön milyen mértékben ért egyet az alábbi állításokkal? (Kérem, használja az 1-től 5-ig terjedő skálát, ahol az 1 „egyáltalán nem értek egyet”, az 5 pedig „teljes mértékben egyetértek”).)

	1 (egyáltalán nem értek egyet)	2	3	4	5 (teljes mértékben)
A digitalizációval tudtam csökkenteni a vállalkozásom költségeit					
A digitalizációval növekedtek a vállalkozásom bevételei					
A digitalizáció/innovációs fejlesztések segítettek a versenyképesség megtartásában/növelésében					
A digitális eszközök bevezetése/fejlesztése javították a munka hatékonyságát.					

K12. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, hogy tervez-e digitalizációs vagy innovatív megoldásokat alkalmazni az elkövetkezendő 1-3 évben?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

K13. Ön elképzelhetőnek találja, hogy az elkövetkezendő évek során a mesterséges intelligencia képes legyen kiváltani egy teljes munkaerőt?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

K14. Kérem válassza ki az alábbi lehetőségek közül, milyen területeken szeretne vagy tervezne digitalizációt vagy innovációs fejlesztést a vállalkozása számára? (Több válaszlehetőséget is megjelölhet)

- ☐ Pénzügy, könyvelés
- ☐ HR folyamatok
- ☐ Ügyfélkapcsolat, CRM
- ☐ Marketing kommunikáció, hirdetések
- ☐ Értékesítés
- ☐ Beszerzés és készletgazdálkodás
- ☐ Egyéb: _____

K15. Az Ön szerepe a vállalkozásban:

- ☐ Tulajdonos
- ☐ Ügyvezető igazgató
- ☐ Vezető szintű alkalmazott
- ☐ Egyéb

K16. Az Ön lakhelye:

- ☐ Főváros
- ☐ Nagyváros
- ☐ Kisváros
- ☐ Község

K17. Az Ön életkora:

- ☐ 18-25 év között
- ☐ 26-35 év között
- ☐ 36-45 év között
- ☐ 46-55 év között
- ☐ 55 év felett