

Sikeres vállalkozói kompetenciák a digitális világban – egy kérdőíves felmérés eredményei alapján

Dr. Mizser Csilla

Egyetemi docens, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar
mizser.csilla@kgk.uni-obuda.hu

Dr. habil. Csiszárík-Kocsir Ágnes

Egyetemi docens, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar
kocsir.agnes@kgk.uni-obuda.hu

Dr. habil. Garai-Fodor Mónika

Egyetemi docens, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar
monika@kgk.uni-obuda.hu

Absztrakt - A sikeres vállalkozáshoz szükséges kompetenciák a 2000-es évek óta hatalmas átalakuláson mentek keresztül. A környezeti kihívások a gyorsan változó tudás a kulcskompetenciák rendszerét is megváltoztatták. Számos kutatás és tanulmány vizsgálja a sikeres vállalkozás működtetéséhez szükséges kompetenciák körét, és a sikeres vállalkozóvá válás feltételeit is. Számos tanulmány és kutatás egyetért abban, hogy a vállalkozói gondolkodásmódot már a középfokú oktatásban fejleszteni kell azokban a szakmákban, ahol a vállalkozói lét előfeltétel. E tanulmány célja annak vizsgálata, hogy a leendő vállalkozók milyen kompetenciákat tartanak fontosnak megerősíteni, hol látnak fejlesztendő területeket és hiányosságokat, amelyek elengedhetetlenek a sikeres vállalkozói tevékenységhez.

Kulcsszavak - vállalkozói készségek, kompetenciák, digitalizáció, ipar 4.0, oktatás.

1 Bevezetés

Többféleképpen lehet vállalkozóvá válni. Vannak, akik vállalkozói családba születnek és a családi vállalkozásban bekövetkezett generációváltás következtében válnak vállalkozóvá. A vállalkozóvá válás azonban többnyire döntés, felkészülés,

vagy akár folyamatos tanulás eredménye. Lehetnek olyan kompetenciák (Mitchellmore-Rowley, 2010), amelyekről úgy gondoljuk, hogy elengedhetetlenek ahhoz, hogy vállalkozóvá váljunk. A vállalkozó kompetenciái meghatározzák egy vállalkozás sikerességét, versenyhelyzetét, jövedelmezőségét és végső soron a gazdaság teljesítményét (Varga, 2021). Vannak-e olyan kompetenciák, amelyeknek minden időszakban és folyamatosan jelen kell lenniük a vállalkozói tevékenységben? Fontos kérdés, hogy a leendő vállalkozó mit gondol arról, hogy mitől lesz ő jó vállalkozó. Garcez és munkatársai (2020) amellett érveltek, hogy a tudományos közösség egyesítette erőfeszítéseit a vállalkozói szellem megértése érdekében, azzal a szándékkal, hogy a társadalmat szolgálja. Krueger és mtsai számára a vállalkozás (2000) egy gondolkodásmód. Olyan gondolkodásmód, amely ellenőrzi a veszélyek lehetőségeit. A lehetőségek azonosítási folyamata tehát szándékos folyamat, ezért a vállalkozói szándékok a cselekvések jobb magyarázatának, előrejelzésének eszközei. Ez maga a vállalkozói tevékenység. A vállalkozó nem egyik napról a másikra jelenik meg, ezért a tudomány a vállalkozást, mint szándékos magatartást, az úgynevezett vállalkozói szándékot vizsgálja. Nonaka (1994) számára egy viselkedés intencionalitása az alapvető eleme magának a viselkedésnek a megértéséhez. Tehát egy viselkedés intencionalitása a cselekvéssel való törődés, vagyis az intencionalitás a cselekvés iránymutatójaként szolgál. Ebben az értelemben az egyetemeknek (valójában) az intencionalitást generáló ügynököknek kell lenniük. Képzési helyeiken tartalmazniuk kell a környezeti tényezőket és az ezekkel való együttélést a vállalkozói készség fejlesztésének megfelelően. (Garcez, 2020)

2 Vállalkozói készségek és kompetenciák

A vállalkozó fő jellemzői meghatározottak, amelyek közül az egyik a már meglévő erőforrások kreatív kombinálásának képessége. A „találmány” (új műszaki ismeretek felfedezése és gyakorlati alkalmazása az iparban) és az „innováció” (új műszaki módszerek, termékek, beszerzési források és ipari szervezeti formák bevezetése) megkülönböztetése során nyomon követik az innovációk felé vezető gátló gazdasági változásokat és az újítót azonosítják a vállalkozóval. (Schumpeter, 2000) Számos készség (Baum, 2004, Lazear, 2004) szükséges ahhoz, hogy vállalkozóvá válhassunk. A vállalkozók sok feladatot látnak el. Következésképpen a vállalkozóknak bizonyos mértékig ezermestereknek kell lenniük. Noha nem kell szakértőnek lenniük egyetlen készségben sem, kellően jónak kell lenniük a legkülönbözőbb készségekben ahhoz, hogy bebiztosítsák azt, hogy a vállalkozás ne bukjon el. A sikeres vállalkozás működtetésének van egy „leggyengébb láncszeme”, ami azt jelenti, hogy a vállalkozóknak sokrétűnek kell lenniük. (Lazear, 2004) Kutatók (Stuetzer és mtsai, 2013) Lazear ezermester-elméletét alkalmazva a vállalkozói készségek kialakulását vizsgálták két innovatív új cég adatsorában. Eredményeik azt sugallják, hogy a hagyományos humántőke-

indikátorok egyénileg alig vagy egyáltalán nem befolyásolják a vállalkozói készségeket. Lazear elméletével összhangban azonban azok a vállalkozók, akik változatos munkatapasztalattal rendelkeznek, magasabb vállalkozói készségekkel rendelkeznek, amelyek relevánsak egy cég indításához és növekedéséhez. Ez alátámasztja azt az elképzelést, hogy a vállalkozói készségek fejlesztése szempontjából a sokrétű munkatapasztalatok a fontosak, mintsem egyéb tapasztalatok vagy az oktatás mélysége. (Stuetzer et al, 2013)

A pszichológia bebizonyította, hogy a szándék a legjobb előrejelzője a tervezett viselkedésnek, különösen akkor, ha ez a viselkedés ritka, nehezen megfigyelhető vagy előre nem látható időmúlással jár; a vállalkozói szellem a tervezett és szándékos magatartás tipikus példája. (Sanchez, 2011) Brockhaus (1982) kutatása szerint három kutatási kategóriát tárgyalnak, ahol az első a pszichológiai jellemzőkkel foglalkozik. Nem található ok-okozati összefüggés a nagy teljesítményigény és a kisvállalkozások tulajdonlása között; a belső ellenőrzési hely meggyőződése nem különbözteti meg a vállalkozókat, de azonosíthatja a sikereseket; a kockázatvállalási hajlandóság nem függhet össze sem a vállalkozói döntéssel, sem a sikerrel. A személyes értékek (teljesítményigény, függetlenség és hatékony vezetés) megfelelően megkülönböztethetik a sikeres vállalkozókat a lakosságtól. A második kategória a „korábbi tapasztalatok hatásai”. A korábbi munkahelyekkel (a fizetés kivételével) való elégedetlenség jellemzi a vállalkozókat; egy munkanélküli nagyobb valószínűséggel indít vállalkozást; és a vállalkozók nagy százalékának voltak vállalkozói példaképei. A harmadik kategória neve „vállalkozókhöz kötődő személyes jellemzők”. A vállalkozói döntéseket nagy valószínűséggel 25 és 40 éves kor között hozzák meg; a vállalkozók képzetebbek, mint az általános lakosság; és a vállalkozók valószínűleg otthonukhoz közeli területen maradnak. (Brockhaus, 1982)

A tudósok megvitatták a felfedezés-kizsákmányolás tanulási folyamatának és a vállalkozói folyamatnak a vállalkozói magatartásra és a vállalati teljesítményre gyakorolt hatását. (Covin et al., 2006; Hughes et al., 2007; Rhee et al., 2010; Zhao et al., 2011). Døjbak Håkonsson et al. (2016) feltárták a felfedezés és a kizsákmányolás kompromisszumait, és megállapították, hogy ezek kompromisszumaik hatással voltak a vállalkozás teljesítményére. Centobelli et al. (2019) hangsúlyozta a felfedezés és a kizsákmányolás egyensúlyának fontosságát a vállalkozói modellben folytatott kutatásban, és kimutatta, hogy a felfedezés - kizsákmányolás tanulás pozitívan befolyásolja a vállalkozói egyetemek teljesítményét. (Zheng et al, 2021) Zheng és munkatársai két gyakorlati vonatkozást kínáltak. Először is bemutatták a tanulás fontosságát a vállalkozói kompetenciák kialakításának és fejlesztésének folyamatában, és támogatták a feltáró és kiaknázható tanulást a vállalkozói folyamatban. Így az új készségek és technológiák feltárása, a meglévő ismeretek vagy tapasztalatok hasznosítása, a szabályozás és a folyamat tudatos igazítása szükségesek ahhoz, hogy a vállalkozók fejleszthessék vállalkozói kompetenciáikat. Másodsor, az eredmények hangsúlyozták a vállalkozói személyiségjegyek jelentőségét a

tanulási folyamattal összefüggésben. Eredményeik szerint a kockázatvállalás és az innovációs képesség mérsékelte a vállalkozói tanulás és a vállalkozói kompetenciák közötti kapcsolatot. Ez a megállapítás arra utalt, hogy a kockázatot vállaló vállalkozóknak azt tanácsolják, hogy a meglévő ismeretek és készségek elsajátításával fejlesszék vállalkozói képességeiket. Ezen túlmenően ez a tanulmány arra ösztönözte az induló vállalkozásokat, hogy fokozott figyelmet fordítsanak a vállalkozók sajátos személyiségjegyeinek ápolására, hogy segítsenek jobban fejleszteni vállalkozói kompetenciáikat a vállalkozói siker elérése érdekében. (Zheng et al, 2021)

Zheng (2021) tanulmánya szerint a vállalkozói kompetenciák a vállalkozói tevékenységhez szükséges ismeretek, készségek és attitűdök összegyűjtésére utalnak, és sikeresen jutnak túl a korai működési szakaszon, amely magában foglalja a lehetőséget, a finanszírozási képességet, az elköteleződési képességet, a koncepciók képességet és a működési képességet. (Man, 2012)(Csiszárík-Kocsir - Varga, 2015).

Az Európai Parlament és a Tanács az élethosszig tartó tanulásról szóló 2005. november 10-i (Brüsszel) ajánlásában a kompetencia fogalmát a helyzetnek megfelelő tudás, készségek és attitűdök kombinációjaként határozta meg, összhangban a nemzetközi tanulmányokkal. Összességében úgy tűnik, minden szerző egyetért abban, hogy amikor (bármilyen) kompetenciáról van szó (többek között nem pszichés tényezőkről), akkor mindannyian a képességek valamilyen komplexumára (gyakrabban csak halmazára, halmazára vagy jobb ötvözetére) utalnak. Készségek-ismeretek-attitűd-pszichikai ágensek, melyek bizonyos feladatok elvégzéséhez szükségesek. A kompetencia tehát teljesítményhez (cselekvéshez) kötött fogalom, amennyiben több, mint -és különbözik - a cselekvés előtti tartományhoz tartozó tehetségtől, képességtől, potenciától stb. Jobban, mint készség, a teljesítőképeség mellett kompetenciát is garantál. Az egyéni kompetenciafogalmak tehát valódi haszonelvű definíciók, amelyek célja a jelenségek közötti összefüggések feltárása, például annak rögzítésére, hogy mely pszichés ágensek kapcsolódnak hozzáértően bizonyos teljesítménykompetenciákhoz. Az ok-okozati összefüggést általában úgy értjük, hogy a definícióban szereplő összes pszichés ágens kompetenciát okoz, de ez nem jelenti azt, hogy a felsorolás kimerítő, például nem mindegyik lényeges. Továbbá lehetséges, hogy a definícióban szereplőkön kívül más ilyen ágensek is léteznek. Esetünkben például a vállalkozói kompetencia meghatározásakor felsorolják azokat a pszichés ágenseket, amelyekről azt gondolják, hogy fontos szerepet játszanak a kompetencia fejlesztésében, de nem állítják, hogy csak mindegyik együttes hatása eredményez kompetenciát, és nem állítják, hogy más ilyen ágens nem létezik. (Szakács-Bánfalvi, 2010)

3 Digitális készségek

Azt, hogy a digitális kompetenciák birtoklása mennyiben elengedhetetlen a vállalkozás indításához, alaposabban meg kell vizsgálni. Az induló vállalkozások működéséhez szükséges valamennyi digitális kompetencia és a keresleti és kínálati oldal sem maradhat fenn a digitális kompetenciák teljes hiányában. Napjainkra a digitális jelenlét felértékelődött, a digitális vállalkozói kompetenciák pedig elengedhetelenné váltak a járvány idején. A digitális kompetenciákra szüksége van a vállalkozásoknak és a fogyasztóknak a mindennapi működéséhez. A digitális készségek fontossága mindig is kiemelt kérdés volt, de az elmúlt két évben, a vilá járvány idején még fontosabbá vált. A digitalizáció fontossá vált az oktatásban, a tanulók okoseszközökön keresztül ismerkedhetnek meg a vállalkozóvá válás elméletével (Casson, 1982, Stanworth et al., 1989, Segal et al. 2005). A legtöbb vállalkozás nem tud túlélni digitális készségek nélkül. Más szemszögből: különböző, jelenleg használt és kutatott eszközök, környezetek támogatják az élményalapú oktatási lehetőségeket. (Molnár et al, 2019)

A digitális vállalkozást (digital entrepreneurship=DE) elősegítő körülmények és okok megértése érdekli az akadémiai kutatást, és iránymutatást ad az üzleti gyakorlatnak, valamint az e jelenség támogatását célzó közpolitikáknak, tekintettel annak a munkahelyteremtésre és a gazdasági növekedésre gyakorolt pozitív hatásaira. (Sahut et al, 2021) Sahut és mtsai (2021) meghatároznak néhány releváns fogalmat, és röviden feltérképezik a jelenlegi kutatási eredményeket egy olyan perspektíva segítségével, amely arra összpontosít, ahogyan a digitális vállalkozók digitális információt gyűjtenek, dolgoznak fel és digitális értéket terjesztenek. A digitális információfeldolgozási perspektíva elfogadásával mikroszintű megközelítést biztosítunk a digitális vállalkozással (digital entrepreneurship, DE) kapcsolatos kutatásokhoz, amely kiegészíti a DE-vel kapcsolatos, rendszerszintű szakirodalmat (digitális vállalkozói ökoszisztémák és a digitális platformok gazdasága). Megmutatják, hogyan használható ez a két megközelítés együttesen a DE főbb kutatási irányainak azonosítására: digitális üzleti modellek, digitális vállalkozói folyamat és digitális induló vállalkozások létrehozása, DE a digitális platformokon és vállalkozói digitális ökoszisztémák.

Allen (2019) szerint a vállalkozás klasszikus definíciója szerint, mint üzleti tevékenység elindítása vagy birtoklása, a digitális vállalkozás legalább három módon változtat a dolgokon: csökkenti az új vállalkozás indítása előtt álló akadályokat, új lehetőségeket kínál a vállalkozói tevékenység számára, és új kihívások elé állítja olyan új vállalkozások elindítását, amelyek korábban soha nem léteztek. A digitális világ az új erőforrások hatalmas univerzumát kínálja a vállalkozók számára, amelyeket kihasználhatnak a nyílt adatok, tartalom, kód és szolgáltatások exponenciálisan növekvő gyűjteményeitől a felhasználók és közösségek online hozzájárulásáig szerte a világon. A digitális világ új módokat is kínál ezen erőforrások újrakombinálására. Például egy kisvállalkozás webhelye hatalmas hirdetési hálózatokhoz, mesterséges intelligencia-alapú chatbotokhoz,

globális szabadúszókhoz vagy nyelvi fordításokhoz kapcsolódhat be mindössze néhány kattintással vagy néhány sornyi kóddal. A vállalkozói ismeretek elsajátításának leghatékonyabb módjai mind a valós tapasztalatok megszerzését jelentik. Egy új vállalkozás elindítása a digitális világban már mindenki számára elérhető. A digitális technológia átalakítja azt a folyamatot, hogy egy élő terméket vagy szolgáltatást egy valódi vásárló előtt kapjunk meg. (Allen, 2019)

A digitális vállalkozás és a digitális átalakulás jellemzői és kapcsolata összetett és fontos megérteni a digitális korban. A digitális vállalkozás ilyen megértését a gazdasági növekedés, a munkahelyteremtés és az innováció kulcspillérének tekintik. A digitális vállalkozással és a digitális átalakulással kapcsolatos számos probléma azonban elterjedt, ami gátolja a digitális vállalkozókat abban, hogy optimalizálják azokat az előnyöket, amelyekkel a digitális vállalkozás járul hozzá az üzleti értékhez. (Antonizzi-Smuts, 2020) Antonizzi-Smuts (2020) Teece és munkatársai (2016) munkája alapján feltérképezik a digitális vállalkozás és a digitális átalakulás sajátos jellemzőit és attribútumkészletét, ahogyan az 1. táblázatban látható.

Érzékelés	Megvalósítás	Átalakítás vagy váltás
Vállalkozó	A vállalkozói szellem a lehetőségekből fakadhat	Munkával való elégedettség
Vállalkozási lehetőség	Hagyományos szervezés szerkezetek lassíthatják a fejlődést	Vállalkozói tulajdonságok
Vállalkozói törekvés	Az e-stratégiák megerősítik a versenylőnyt	A digitalizálás jobb kapcsolatokat tesz lehetővé
Zavar az újból származik	A zavarok a meglévő piacokról származnak	A digitalizálás nem azt jelenti, hogy a siker egyértelmű és könnyű a vállalkozók számára
Piacteremtés	A gyártási kompetencia a technológiából jön	Az alkalmazottak bevonása kulcsfontosságú
A technológia javítja a kompatibilitást és a munkavégzést a szervezetek között		Tudásmenedzsment
A digitalizálás megértése kritikai		Az üzleti intelligencia megkönnyítheti a vállalkozást és az átalakulást
		Technológia költsége
		Technológia átvétele
		A digitalizálás lehetővé teszi a virtuális csapatmunkát

1. táblázat: A digitális vállalkozás és a digitális átalakulás jellemzői dinamikus képességekre leképezve
 Forrás: Antonizzi-Smuts, 2020 p.10.

A vállalatok bevonása a negyedik ipari forradalomba még egy ideig döntés kérdése. A negyedik ipari forradalom kihívásaira a tanulás hagyományos formái nem adnak megfelelő választ, ugyanis ezek a szervezetek határain belül jönnek létre, ezért szükséges a szervezeti tanulás határainak kitolása. (Szabó Zs. et al., 2019)

Kollmann és Hensellek (2020) gyakorlatorientált eszközt adnak a digitális üzleti modellek fejlesztéséhez a digitális gazdaságban. A startupoknak, a középállalatoknak és az iparnak van egy közös pontja a rohamosan fejlődő digitalizáció során: egy jól kidolgozott és egyértelműen tagolt, elektronikus értéknövelt folyamatokon alapuló digitális üzleti modellre van szükségük, amely üzleti stratégiájuk központi pontja. Ez a digitális üzleti modell válik a versenyelőny mozgatórugójává egy egyre összetettebbé és dinamikusabbá váló környezetben, amelyet a digitális innovációk egyre rövidebb ciklusokban újraszerveznek. Mindez azonban működik nemcsak a digitális üzleti modellek új felépítéseként (e-modellgenerálás), hanem a meglévő valós üzleti folyamatok digitális átalakításaként is (e-business generáció). (Kollmann-Hensellek, 2020)

Szerb és munkatársai (2020) megállapították, hogy az Ipar 4.0 a negyedik ipari forradalomra utal, arra a forradalmi változásra, amelyet az információs technológia és az automatizálás közötti egyre szorosabb kapcsolat váltott ki. Mindez hatással van a cégek termelékenységére, foglalkoztatására, és közvetve a társadalomra is. A digitális technológia lehetőséget kínál valódi digitális vállalkozások létrehozására. A kérdés az, hogy a vállalkozások mennyire felkészültek, hogyan találják meg helyüket és szerepüket az új környezetben. Nem a nagyvállalatok az egyedüli nyertesek, hiszen a kkv-k, akik képesek rugalmasan reagálni ezekre a kihívásokra, versenyhelyzetbe is kerülhetnek. Természetesen vannak olyan vesztesek is, akik számára az új digitális korszakhoz való felzárkózás továbbra is megvalósíthatatlan kihívás. Ezzel a vizsgálattal a szerzők feltárják, hogy a magyarországi új technológiai cégek mennyire vannak felkészülve az Ipar 4.0 új korszakára. Szakértői kutatásuk rámutat a magyar digitális üzleti ökoszisztéma leginkább hátráltató szűk keresztmetszeteire.

4 Anyag és módszer

A tanulmányban ismertetett primer kutatás egy 2022-es adatfelvétel részeredményeit mutatja be. A kutatás keretét egy KA2 Erasmus+ pályázat adta, mely kapcsán a középiskolai digitális oktatás fejlesztési lehetőségeit és hatásait elemeztük magyar, lengyel és szlovák parterekkel együttműködésben. A magyar mintavétel során közgazdasági középiskolák diákjai alkották az alapsokaságot, körükben folytattunk le hólabda mintavételi eljárás keretében online megkérdezést, mely eredményeként 564 értékelhető kérdőívet dolgoztunk fel. A

kutatási segédeszköz kizárólag zárt kérdéseket tartalmazott, nominális mérési szinten (egy- és többválasztásos kérdések formájában), továbbá rangsor skálákat.

Jelen tanulmányban a leíró statisztikai eredmények bemutatása mellett koncentráltunk a fiatalok vállalkozó válaszát támogató kompetenciák megismerésére és a diákok által preferált oktatási módszerek megismerésére.

5 Eredmények

A kutatás keretében megvizsgáltuk, hogy az általunk megkérdezett Z és Alpha generáció tagjai mit gondolnak arról, hogy milyen ismeretek és milyen készségek, kompetenciák szükségesek ma ahhoz, hogy valaki sikeres vállalkozó legyen. A diákok szerint a pénzügyi és banki ismeretek, az üzleti terv készítésének pontos menete és az adótörvények, valamint egy vállalkozás alapításának lépései a legfontosabb tudnivalók egy sikeres vállalkozás működtetéséhez.

Sikeres vállalkozói kompetenciák	diákok véleménye (említések %-ban)
Pénzügyi és banki ismeretek	75
Üzleti terv ismerete	44,3
Tárgyalási ismeretek	23,8
Munkaerő-piaci ismeretek	35,8
Munkajog ismerete	38,7
Hogyan alapítsunk meg egy céget - lépésről lépésre	48
Adótörvények ismerete	43,8
Támogatások igénylése innovációkhoz és fejlesztésekhez	18,4
Üzleti jövedelmezőség - hogyan lehet meghatározni	18,6
Az alkalmazottak motivációinak ismerete	19,7
Etika az üzleti életben	13,8
Vállalati társadalmi felelősségvállalás az üzleti életben	20,2
Kulturális különbségek az üzleti életben	10,8
Infokommunikációs készségek	18,4

2. táblázat: A sikeres vállalkozáshoz szükséges kompetenciák, ismeretek a diákok véleménye alapján (említések %-ban; relatív gyakoriság)

Forrás: saját kutatás, 2022. N=564

Meglepő eredmény, az infokommunikációs ismeretek is az említési aránya szerint a vizsgált ismeretek, készségek utolsó kvadránsába került. Ennek oka lehet az is, hogy ezen készségek meglétét ez generáció már természetesnek veszi. Az etikus üzleti magatartás, a társadalmi felelősségvállalás és a munkatársak megfelelő motiválása is meglehetősen kevés említést kaptak. Azt gondoljuk ez szintén generációs sajátosságok, részint az adott kérdések irányében még nem igazán rendelkeznek a diákok kellő tapasztalattal, empirikus élménnyel, sőt esetenként információval sem. Ezen elemek azonban egyre fontosabb és felértékeltebb készségek, magatartásformák egy sikeres vállalkozás esetén, így azt meglátásunk szerint ezen ismeretek vonatkozásában az érzékenyítésre és az edukálására még a továbbiakban is nagy szükség van.

A kutatás keretében azt is megvizsgáltuk, hogy mindezek fényében hogyan látják a diákok saját készségeik, ismereteik gyarapodását a középiskolai évek alatt. A válaszokból megállapíthattuk, hogy a diákok szerint középiskolai éveik alatt a logikus gondolkodás, a kreativitás és a hatékony probléma megoldás kapcsán fejlődtek a legtöbbet. Az eredmény mindenképp üdvöztető, mivel olyan készségek fejlesztéséről, fejlődéséről tanúskodnak, melyekről pontosan tudjuk, hogy jelenleg abszolút a kulcskompetenciának számítanak. Ezen készségek, kompetenciák tekintetben meglátásunk szerint fontos a további fejlődés és szinten tartás középiskolai oktatásban.

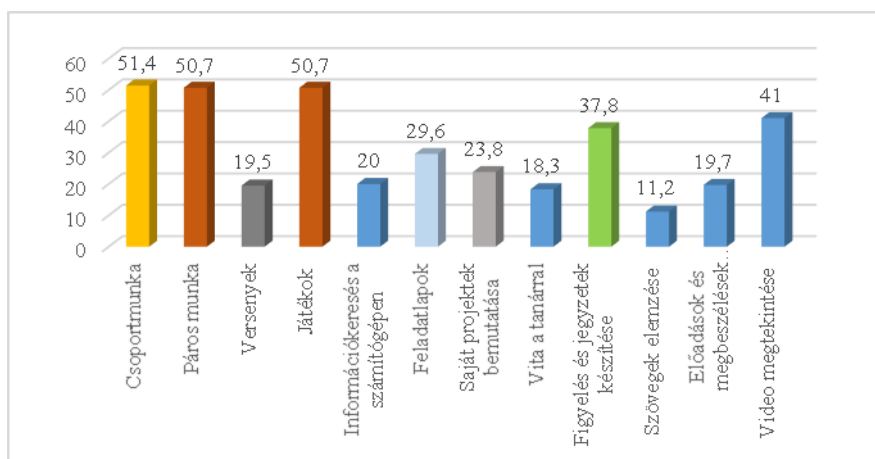
Kompetenciák	diákok véleménye (említések %-ban)
Logikus gondolkodás	66,5
Kreativitás	44
Hatékony problémamegoldás	56
Csoportmunka	38,5
Teljesítésre való képesség az idő nyomása alatt	13,7
Kommunikációs készségek	42,7
Időgazdálkodási készségek	16,5
Vezetői készségek	40,1
Kezdeményezések végrehajtása	5,5
Tárgyalási készségek	19,1
Nyitottság	29,3

Vállalkozásfejlesztés a XXI. században 2022/1. kötet
Az üzleti szervezetek túlélési esélyei napjaink legújabb kihívásainak idején

Asszertivitas	4,6
Számítógépes készségek	11,9
Jó kapcsolatok kiépítése az ügyfelekkel, partnerekkel	38,7

3. táblázat: A középiskolai oktatás keretében fejlesztett kompetenciák a diákok véleménye alapján (említések %-ban; relatív gyakoriság)
Forrás: saját kutatás, 2022. N=564

A kutatás során azt is elemezni kívántuk, hogy a fiatalok számára milyen módon, milyen tanítási módszerek és megoldások alkalmazásával lehet az ismereteket a leghatékonyabb módon átadni. Ezért megvizsgáltuk azt is, hogy az általunk definiált oktatási formák közül melyek a legpreferáltabbak a fiatalok körében. Nem meglepő módon a csoportmunka, a páros munka és a játékok kerültek a dobogós helyekre. A tartalmak tekintetében pedig a videók. Azt gondoljuk, hogy az Alpha és a Z generáció esetében hatványozottan igaz, hogy bevonásra, a játékos formát öltő, élményalapú oktatásra különösen nagy szükség van. A generáció sajátossága okán keresi a szociális kapcsolatokat, kapcsolódási lehetőségeket, így a csapatmunka, a valahova tartozás érzését erősítő oktatási megoldások esetükben hatékonyak lehetnek (Garai-Fodor et al, 2021). Ahogy a videós tartalmak is, hiszen ezek esetében is fennáll, hogy egyszerre több érzékszervre képesek hatást gyakorolni, mely a multitaskinghoz szokott generációk esetében szintén elvárt.



1. ábra: A diákok által preferált oktatási formák (említések %-ban; relatív gyakoriság)
Forrás: saját kutatás, 2022. N=564

Összegzés

A kutatás eredményei alapján egyértelműen látható, hogy az Alpha és a Z generáció általános jellemzői, magatartása visszaköszön a vállalkozói kompetenciák fontosságának megítélése során épp úgy, mint az ezen kulcskompetenciák és ismeretek elsajátítását leginkább támogató oktatási formák megítélése kapcsán. Azt gondoljuk az eredmények is megerősítik, hogy a generáció-specifikus jegyek figyelembevételére és a fiatalok általános értékrendjéhez és életviteléhez alkalmazkodó megoldások lehetnek sikeres az oktatási módszerek és tartalmak fejlesztése során is. A differenciálásban látjuk a lehetőséget arra, hogy a sikeres edukálás keretében megszerezzék azon ismereteket a diákok, melyekre leginkább szükségük lehet a jelenlegi munkaerőpiaci kihívások figyelembevétele mellett.

Hivatkozások

- [1] Allen, J. P. (2019). *Digital entrepreneurship*. Routledge.
- [2] Antonizzi, J., Smuts, H. (2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. In: Hattingh, M., Matthee, M., Smuts, H., Pappas, I., Dwivedi, Y., Mántymäki, M. (eds) *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology. I3E 2020. Lecture Notes in Computer Science, vol 12066*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20, (letöltve: 2021.09.09.)
- [3] Baum, J. R., Locke, E. A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), p. 587–598. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587> (letöltve: 2021.11.06.)
- [4] Brockhaus, R.H. (1982). *The Psychology of the Entrepreneur*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497760 (letöltve: 2021.10.12.)
- [5] Casson, M. (1982): *The Entrepreneur, An economic theory*, USA
- [6] Csiszárík-Kocsir, Á. – Varga, J. Tudatos vállalati finanszírozás az alkalmazott finanszírozási stratégiák tükrében. In: Tompos, Anikó; Ablonczyné, Mihályka Livia (szerk.) "Kitekintések - 25 éves a győri közgazdászképzés": Kautz Gyula Emlékkonferencia Győr, Magyarország: Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar (2015) , 14 p.
- [7] Covin, G.C., Grenn, K.M., Slevin, D.P. (2006). Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation–Sales Growth Rate Relationship. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 30(1), p.57-81.

- [8] Garai-Fodor, M. – Varga, J. – Csiszárík-Kocsir, Á. Correlation between Generation Z in Hungary and the Motivating Factors to Do Volunteer Work in a Value-Based Approach. *Sustainability* 13. 20. p. 11519, 19. p. 2021
- [9] Garcez, A., Silva, R., Lima, T., Charrua S., Fernando, Osório, G., Franco, M. (2020). Become an entrepreneur: The skill needs of labour market. https://www.researchgate.net/profile/ana-garcez-5/publication/347247380_become_an_entrepreneur_the_skill_needs_of_labour_market/links/5fdcd270299bf14088227af3/become-an-entrepreneur-the-skill-needs-of-labour-market.pdf, p 471-478 (letöltve: 2021.04.02.)
- [10] Hakonsson, D.D., Eskildsen, J.K., Argote, L., Monster, D., Burton, R.M., Obel, B. (2016). Exploration versus exploitation: Emotions and performance as antecedents and consequences of team decisions. *Strategic Management Journal*, <https://doi.org/10.1002/smj.2380> (letöltve: 2021.04.22.)
- [11] Hughes, M., Morgan, R. (2007). Deconstructing the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business Performance at the Embryonic Stage of Firm Growth, *Industrial Marketing Management* 36(5) p. 651-661
- [12] Kollmann T., Hensellek, S. (2020). *E-Business Generator Aufbau elektronischer Geschäftsmodelle in der Digitalen Wirtschaft* Springer, Berlin,
- [13] Krueger, N. F. J., Reilly, M. D., Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(98), p. 411–432.
- [14] Lazear, E.P. (2004). Balanced Skills and Entrepreneurship, *American Economic Review*, Vol. 94, No. 2, p. 208-211
- [15] Man, T.W.Y. (2012). Developing a behaviour-centred model of entrepreneurial learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19 (3), p. 549–566. <https://doi.org/10.1108/14626001211250289> (letöltve: 2021.12.11.)
- [16] Mitchelmore, S., Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*
- [17] Molnar, Gy., Sik, D. (2019). Smart devices, smart environments, smart students - A review on educational opportunities in virtual and augmented reality learning environments. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9089984/authors#authors> (letöltve: 06.06.2021.)
- [18] Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), p. 14–37.
- [19] Rhee, J., Park, T., Lee, D.H. (2010). Drivers of Innovativeness and Performance for Innovative SMEs in South Korea: Mediation of Learning Orientation. *Technovation*, 30, p. 65-75.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2009.04.008> (letöltve: 2021.09.06.)

- [20] Sahut, J.M., Iandoli, L., Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship, *Small Business Economics*, Volume 56, p. 1159–1169.
- [21] Sánchez, J.C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurial Managerial Journal* 7, p. 239–254 <https://doi.org/10.1007/s11365-010-015> (letöltve: 2021.09.06.)
- [22] Schumpeter, J. A., (2000). Entrepreneurship as Innovation. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, <https://ssrn.com/abstract=1512266> (letöltve: 2021.04.02.)
- [23] Segal, G., Borgia D., Schoenfeld J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, https://www.researchgate.net/publication/228314700_The_Motivation_to_Become_an_Entrepreneur (letöltve: 2021.07.13.)
- [24] Shashi, Centobelli, P., Cerchione, R., Singh, R. (2019). The impact of leanness and innovativeness on environmental and financial performance: Insights from Indian SMEs. *International Journal of Production Economics*, Elsevier, vol. 212(C), p. 111-124.
- [25] Stanworth, J., Stanworth, C., Granger, B., Blyth, S. (1989). Who Becomes an Entrepreneur? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, Volume: 8 Issue: 1, p. 11-22.
- [26] Stuezer, M., Obschoka, M., Audretsch, D.B., Wyrwich, M., Rentfrow, P.J., Coombes, M., Shaw-Tatlor, L., Satchell, M. (2016). Industry structure, entrepreneurship, and culture: An empirical analysis using historical coalfields. *European Economical Review*, 86, p. 52–72.
- [27] Szabó, Zs.R., Horváth, D., Hortoványi, L. (2019). Hálózati tanulás az ipar 4.0 korában. *Közgazdasági Szemle*, 66 (1). p. 72-94.
- [28] Szakács, F., Bánfalvi, M. (2010). A vállalkozói készségek fejlesztése–Mi is a kompetencia –XXI. század- *Tudományos Közlemények* 2010/24, 24.p.
- [29] Szerb, L., Komlósi, É., Páger, B. (2020). Új technológiai cégek az Ipar 4.0 küszöbén – A magyar digitális vállalkozási ökoszisztéma szakértői értékelése. *Vezetéstudomány/ Budapest Management Review*, LI. ÉVF. no. 6., 81.-96.
- [30] Teece, D., Peteraf, M., Leih, S. (2016). Dynamic Capabilities and Organizational Agility: Risk, Uncertainty, and Strategy in the Innovation Economy. *California Management Review*, 58 (4): p. p. 13–35.
- [31] Varga, J. Defining the Economic Role and Benefits of Micro, Small and Medium-sized Enterprises in the 21st Century with a Systematic Review of

the Literature. Acta Polytechnica Hungarica 18. 11. pp. 209-228. 20. p. 2021.

- [32] Zhao, X., Li, H., Rauch, A. (2012). Cross-Country Differences in Entrepreneurial Activity: The Role of Cultural Practice and National Wealth. *Frontiers of Business Research in China*, 6(4), p. 447-474.
- [33] Zheng, X., Yang, Y., Zhang, Q., Yang, J. (2021). Linking entrepreneurial learning to entrepreneurial competencies: the moderating role of personality traits. *Current Psychology*, p. 1-16.