

KIS KATALIN

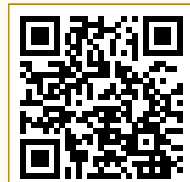
GAZDASÁGI ÉRTÉKTEREMTÉS A DIGITÁLIS KORBAN

Az érték alapja a tudás,
a kreativitás, a piaci rés

*„A korszakot, amibe beléptünk,
kreatív kornak nevezem, mert
a kreativitás visz minket előre,
az gazdaságunk
elsődleges mozgatórugója.”*

(Richard Florida)

A FEJEZETHEZ
TOVÁBBI ONLINE
HÁTTÉRANYAGOK
ÉRHETŐK EL



A jövő gazdasága a hagyományos erőforrások helyett sokkal inkább a közreműködő emberek és vállalatok tehetségén, kreativitásán és kockázatvállalásán nyugszik. Ezek a korlátos erőforrások jelentik a szűk keresztmetszetet az új vállalati értékteremtésben. A jövő munkaerőpiacán mindenkinek plusz hozzáadott értéket kell képviselnie és folyamatosan alkalmazkodni kell a digitális környezethez. Már nemcsak az iskolai végzettséggel együtt járó képességek fontosak, hanem a szociális és érzelmi, valamint a magasabb kognitív készségek iránti kereslet fog nőni. Különösen igaz ez a vállalkozókra, akik számára a tőkénél is fontosabb az új ötlet, a piaci rés megtalálása. A digitalizáció következtében a hagyományos vállalatok profilja is változhat. Míg a termelésben a robotizáció nyer teret, addig a fejlesztésben és az értékesítésben a személyes igények állnak a középpontban, így a tömegtermelés után teret kell adni egy másfajta hozzáállásnak, egy újfajta kreativitásnak. A termelés vagy egy dizájn kialakításánál mindig elsődleges a vásárlók személyes igényeinek valós időben történő kielégítése, ami a kreatív iparágak fontosságát is növeli. **Az Ipar 5.0 digitális ökoszisztémájában a rugalmas, integrált érték-láncok és az ipari együttműködések válnak a fő értékteremtővé.**

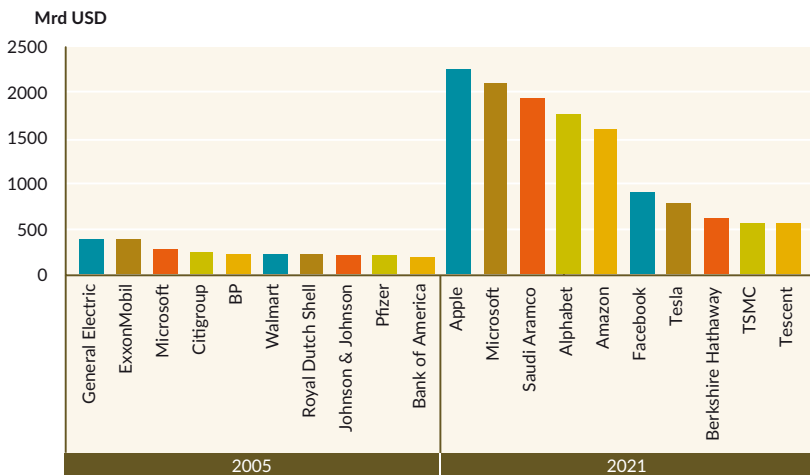
A KREATIVITÁS A VÁLLALATI PROFIT FORRÁSA A DIGITALIZÁCIÓ KORÁBAN

Napjainkban a kreativitás előtérbe kerülésének mozgatórugója az első számú társadalmi-gazdasági változás, az információs, technológiai forradalom, amely létrehozta azt a szolgáltatásokra épülő, globális hálózati gazdaságot, amelyben az emberi tudás vált a legfontosabb gazdasági és értékteremtő tényezővé. A digitális forradalom újításai átrajzolják a vállalati rangsorokat és kiugrási lehetőséget teremtenek a technológiai cégeknek.

Az elmúlt húsz évben a legnagyobb piaci értékkel rendelkező első tíz vállalat összetétele jelentős változáson ment keresztül. **Korábban az olajcégek és termelővállalatok voltak a vállalati rangsorok elején, amelyeknek a fizikai tőkéje volt magasabb, ma pedig jellemzően szoftvercégek, amelyek mérlegében az immateriális javak, licenzjogok, brandérték a legfontosabb.** Az ezredforduló után a vállalatokat piaci kapitalizációjuk alapján rangsoroló listáját a pénzügyi (Citigroup, Bank of America, Berkshire Hathaway) és az energetikai, kőolajfeldolgozó (Exxon, GE, Shell) szektorban tevékenykedő cégek vezették (14.1. ábra).

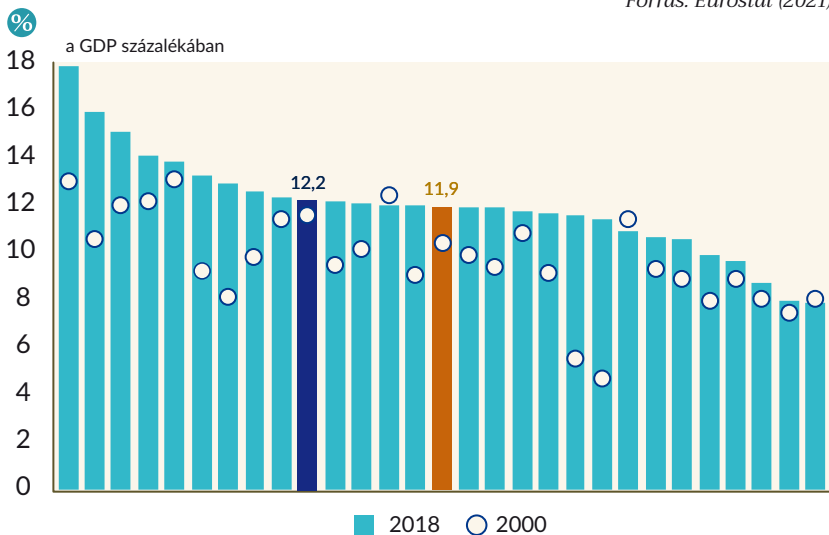
14.1. ábra: A top 10 piaci vállalat rangsora piaci értékük szerint

Forrás: Financial Times, Companiesmarketcap



14.2. ábra: A kreatív iparágak súlya az Európai Unió országaiban

Forrás: Eurostat (2021)



Azonban az elmúlt időszak gazdasági növekedésének jelentős része az IT-ben ment végbe, az Ipar 4.0 kibontakozását követően a technológiai cégek jelentősége folyamatosan nőtt. Ma már az Apple, a Microsoft, az Alphabet, az Amazon és a Facebook vezeti a vállalati listákat, és értékük messze meghaladja a más szektorokban működő cégek értékét.

Ha egy kifejezéssel szeretnénk leírni az Ipar 5.0 lényegét, akkor a „személyre szabott”-at kellene használnunk. A termelés vagy egy dizájn kialakításánál mindig elsődleges a vásárlók személyes igényeinek valós időben történő kielégítése. Vagyis nemcsak az ipar termelékenységének javítása a cél, hanem az élet kényelmének, a vásárló elégedettségének a növelése.

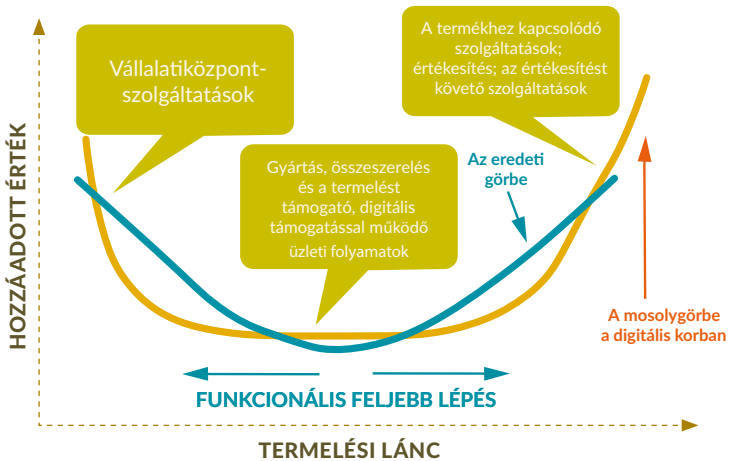
A kreatív gazdaság természete folyamatosan változik. Egyes ágazatok előretörése (vagy bukása) a kreatív gazdaság más szegmenseibe is átgyűrűzik, amit több tényező befolyásol, ez pedig a gazdasági növekedésre és a személyes gondolkodásunkra is hatással van:

1. Multiplikatív hatás: empirikus kutatás szerint a műsorkészítő és -közli ágazatok multiplikatív hatása 1,7 és 1,9 között alakul. Vagyis az ezekben a szektorokban elköltött 100 dollár 170–90 dollár körüli hozzáadott értéket hoz létre.
2. Megosztott szellemi tulajdonjogok: a különböző ágazatban tevékenykedő vállalkozások közös „brand”-et (közös karakter, történet, dizájn) használnak a profit növelésére, és így a közös brand hoz létre vertikálisan integrációt.
3. Kreatív technológia: napjainkban egyre nagyobb az átfedés a digitális és a kreatív iparágak között, ami várhatóan tovább nő a mesterséges intelligencia terjedésével, a vizuális effektek használatával és a gyártás során használt újabb eszközökkel.
4. Véleményformáló szerep: A filmekben, zenében és könyvekben keresztül találkozunk mások értékrendjével, így a kreatív iparágak termékei az emberek véleményét is formálja.

A kreatív gazdaság mérete folyamatosan nőtt az elmúlt időszakban (14.2. ábra), és ez az emelkedés a jövőben is folytatódhat. 2019-ben a művészetek és kreatív iparágak hozzáadott értéke az USA-ban 920 milliárd dollárt tett ki, ami a GDP 4,3 százaléka, ez az elmúlt húsz év alatt közel 80 százalékos emelkedésnek felelt meg. **A kreatív iparágak ma már nagyobb mértékben járulnak hozzá az USA gazdaságához mint az építőipar, a szállítás és a raktározás, az utazás és a turizmus, a bányászat vagy a mezőgazdaság** (NASAA, 2021). Hasonló a helyzet a munkaerőpiacon is, az Egyesült Királyságban az elmúlt tíz év során a kreatív iparágban dolgozók száma mintegy háromszor gyorsabban nőtt, mint az átlag, a szektorban tevékenykedő 2 millió foglalkoztatott 2030-ra a 3 milliót is elérheti (Creative Industries Federation, 2021). ←

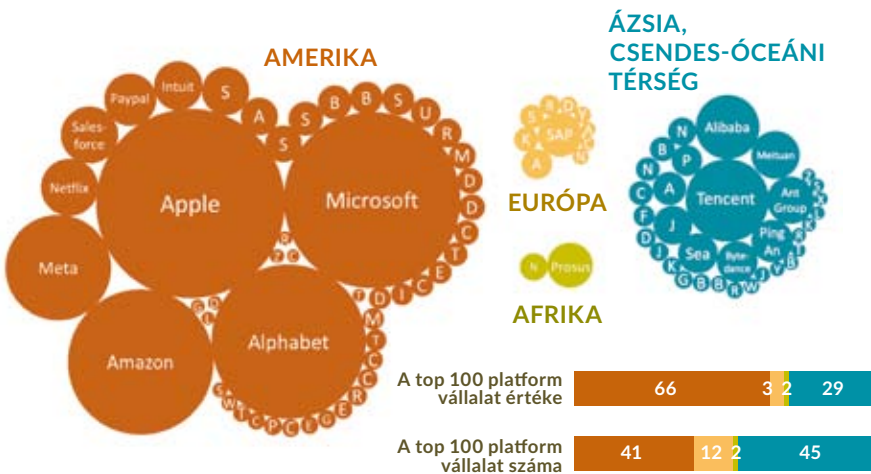
14.3. ábra: A mosolygörbe változása a digitális korban

Forrás: Szalavetz (2020 p17)



14.4. ábra: Top 100 platform vállalat (2020 október)

Forrás: <http://www.netzoekonom.de/plattform-oekonomie>



A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HOGYAN VÁLTOZTATJA MEG A KREATÍV IPARÁGAKAT?

Manapság a termelési értékláncban az egymáshoz kapcsolódó tevékenységek már más arányban járulnak hozzá a teljes piaci értékhez, mint korábban, amit a mosoly alakú görbe szemléltet (14.3. ábra). A feldolgozóiparban, a termelést megelőző (K+F, dizájn), illetve a termelést követő (terméktámogatás, marketing) értéklánc-tevékenységek hozzáadott értéke jóval magasabb, mint a középső, a termelési szakaszban végzeteké. Az összefüggés a digitális korban sem változott, azonban a görbe középső része ellaposodott. A termelési lánc elején a vállalati központ-szolgáltatások stratégiai jelentősége emelkedett, hiszen a digitális korban az üzleti környezet is komplexebb, bizonytalanabb. A versenyképesség szempontjából új stratégiai jelentőségű feladatok keletkeztek mint új üzleti modellek és vállalati ökoszisztémák létrehozása, vagy innovációs együttműködési hálózatok kiépítése (Szalavetz, 2020). **Napjaink legsikeresebb üzleti modelljei közül egyre több épül egy platformra vagy egy platform köré**, amelyek kiépítésében startupok járnak elől, de már az érett vállalatok is rohamtempóban építik ki modelljüket (14.4. ábra).

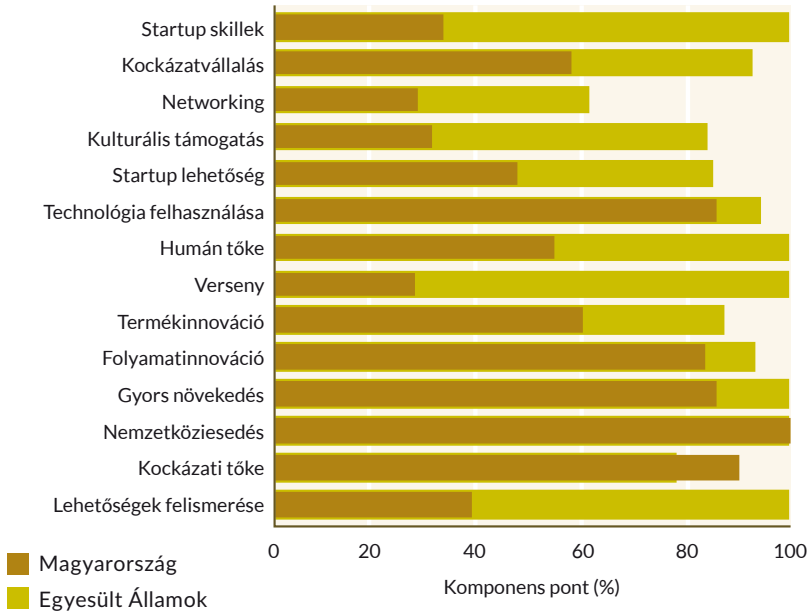
VÁLLALKOZÓI KOCKÁZATVÁLLALÁS AZ INNOVÁCIÓ KULCSA

A vállalkozó kreativitása, ötletei hordozzák egy vállalat igazi értékteremtő képességét. Minden igazán sikeres vállalkozás egy jó ötletből indul, sokszor egy garázból, anyagi és fizikai tőke nélkül, ahol a nagy siker mögött egy név áll. A listavezető nagyvállalatok mögött ma olyan nevek állnak, mint Jeff Bezos, Bill Gates, Mark Zuckerberg, Steve Jobs vagy Elon Musk, amelyek már önmagukban is „brand”-dé váltak. A fiatal start-up vállalatok adják a gazdasági növekedés nagy részét. Hazánkban a legfiatalabb (1-4 éves) korcsoportba tartozó vállalatok a teljes hozzáadott érték mindössze 7 százalékát állítják elő, azonban alacsony súlyuk ellenére a növekedés 70 százaléka nekik tulajdonítható (Bauer és Endrész, 2018). ←

A tőke- és tudásintenzív növekedési modell elsődleges mozgatórugói a termelékeny vállalkozások, valamint az ezeket felépítő és működtető vállalkozók. Ács és szerzőtársai (2020) alapján a vállalkozói szellemet több tényező is meghatározza. Ilyen a lehetőség felismerése, a kockázatvállalás és a kapcsolatépítés, továbbá a termék- és folyamatinnováció, illetve a technológia vagy a kockázati tőke felhasználása. Egy pezsgő vállalkozói ökoszisztéma alapja a bukás lehetőségének elfogadása és az újrakezdés elhatározása. **A kockázatvállalási hajlandóság nagyban meghatározza egy gazdaság vállalkozói kultúráját és potenciálját az innovációk terén.** A Global Entrepreneurship Index (GEI) is meg-

14.5. ábra: A vállalkozói attitűdök dimenziói

Forrás: Global Entrepreneurship Index 2019



14.6. ábra: 4 kulcsfontosságú menedzsmentgyakorlat, hogy a kreativitás profitot termeljen

Forrás: Brodherson et al. (2017)



STEVE JOBS:
SZERETNÉK
ELMESÉLNI HÁROM
TÖRTÉNETET
AZ ÉLETEMRŐL

erősíti a vállalkozói szemléletbeli különbségeket. Hazánk nemzetközi összehasonlításban elutasító a kockázatvállalást tekintve, jelentősen elmaradva az USA-tól vagy a fejlett európai és gyorsan növekvő ázsiai országoktól. Emellett a lehetőségek felismerését, a kockázatvállalást, a kulturális támogatást, a startup skilleket és lehetőségeket, illetve a kapcsolati hálót mérő alindexekben is jelentős a hazai lemaradás (14.5. ábra).

KREATÍV MUNKAVÁLLALÓ – VEZETŐI PREFERENCIA A DIGITÁLIS KORBAN

A digitalizáció átalakítja a munkafolyamatok jellemzőit, a rugalmasság felértékelődik térben és időben, ahogy a munkavégzés formáját tekintve is. A jövő munkaerőpiacán mindenkinek fontos a következő három kritérium teljesítése, függetlenül attól, hogy milyen ágazatban dolgoznak:

1. többlet hozzáadott-érték nyújtása azon túl, amit az automatizált rendszerek megtehetnek;
2. digitális környezetben való munkavégzés képessége;
3. folyamatos alkalmazkodás az új munkamódszerekhez.

A jövő munkaerőpiacán a fizikai készségek, valamint az alapvető kognitív készségek iránti igény mérséklődik, míg a technológiai, szociális és érzelmi, a magasabb kognitív készségek iránti kereslet nőni fog. Dondi és szerzőtársai (2021) tanulmányukban négy fő készségkategóriából indultak ki – kognitív, digitális, interperszonális és önálló vezetés –, majd 13 különböző készségcsoportot azonosítottak a kategóriákhoz, aminek a jövő munkaerőpiacán meg kell felelni (14.7. ábra). A vezetők már tapasztalják az online eszközök használata teremtette kihívásokat, látják és érzik a változásra történő felkészülés igényét, de a digitális stratégiaalkotás, az innováció és a mesterséges intelligencia összekapcsolása, a vezetői stílusváltás még várat magára. Az „ember”, az emberhez köthető kifejezések mint „személyes”, „egymás”, „kapcsolatok”, „család”, „barát” a legfontosabbak a vezetői gondolkodásban, ami mutatja, hogy mekkora jelentősége van az emberi kapcsolatoknak, és a középpontban az ember áll. Az időt a felkészülésre és a továbbképzésre kell fordítani (Bencsik, 2021).

A hatékony kreativitás támogatja a növekedést és az üzleti teljesítményt, abból származik, hogy „megoldjuk a problémát”, és olyan vezetési gyakorlatokkal rendelkezünk, amelyek elősegíthetik a folyamatok áttekintését, majd kézzelfogható üzleti eredményeket hoznak létre (Brodherson et al., 2017). A legjobban teljesítő vállalatok négy kulcsfontosságú menedzsmentgyakorlatra figyelnek, hogy a kreativitás profitot termeljen (14.6. ábra).

14.7. ábra: Emberi készségek és attitűdök a jövő munkaerőpiacán

Forrás: Dondi et al. (2021)

KOGNITÍV

Kritikus gondolkodás

- Strukturált problémamegoldás
- Logikus érvelés
- Objektív megértés
- Releváns információkeresés

Tervezés és munkastílus

- Munkafolyamatok tervezése
- Időmenedzsment és prioritások megtalálása
- Agilis gondolkodás

Kommunikáció

- Előadókészség
- Jó kérdéseket feltenni
- Üzenetek összefoglalása
- Aktív hallgatás

Mentális rugalmasság

- Kreativitás és képzelet
- Tudás adaptációja
- Különböző perspektívák alkalmazása
- Adaptációs képesség
- Tanulásra való hajlam

INTERPERSZONÁLIS

Szervezeti mobilizáció

- Szerepmoделlek
- Győztes-győztes tárgyalás
- Vízión felvázolása
- Szervezeti tudatosság

Kapcsolatok fejlesztése

- Empátia
- Inspiráció, őszinteség
- Emberség
- Szociális hozzáállás

Csapatmunka

- Befogadókészség támogatása
- Együttműködés
- Különböző személyiségtípusok motiválása
- Vezetés
- Konfliktuskezelés
- Felhatalmazás

ÖNVEZETÉS

Öntudatosság és önzetetés

- Saját érzelmeink megértése
- Integritás
- Önkontroll
- Motiváció, jólét
- Erősségeink ismerete
- Önbizalom

Vállalkozói hajlam

- Kockázatvállalás
- Energia, érzelmeink és optimizmus
- Innovációs készség
- Unortodox ötletek

Célok

- Döntésképeség
- Szemlélet és kitartás
- Orientáció
- Bizonytalanság kezelése
- Önfejlesztés

DIGITÁLIS

Digitális helytállás

- Digitális műveltség
- Digitális együttműködés
- Digitális tanulás
- Digitális etika

Szoftverhasználat és -fejlesztés

- Programozás
- Számítógépes és algoritmikus gondolkodás
- Adatelemzés és statisztika

Digitális rendszerek átlátása

- Adatok értelmezése
- Kiberbiztonsági műveltség
- Smart rendszerek
- Technológia kezelése

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ács J. Zoltán – Szerb László – Song, K. Abraham – Komlósi Éva – Lafuente, Esteban (2020): **The Digital Platform Economy Index 2020**. The Global Entrepreneurship and Development Institut.
- Bauer Péter – Endrész Marianna (2018): **Vállalati dinamika és aggregált növekedés Magyarországon**. Hitelintézeti Szemle, 17. évf. 2. szám, pp. 68-98.
- Bencsik Andrea (2021): **Vezetői felkészültség felmérése a digitális kor kihívásaira – nemzetközi összehasonlítás**. Vezetéstudomány, LII. Évf., 4. szám, pp. 93-108.
- Brodherson, Marc – Heller, Jason – Perrey, Jesko – Remley, David (2017): **Creativity's bottom line: How winning companies turn creativity into business value and growth**. McKinsey & Company, June 16, 2017.
- Creative Industries Federation (2021): **The UK's creative industries statistics**. www.creativeindustriesfederation.com/statistics
- Deloitte (2021): **The Future of the Creative Economy**. 2021, June.
- Dondi, Marco – Klier, Julia – Panier, Frédéric – Schubert, Jörg (2021): **Defining the skills citizens will need in the future world of work**. McKinsey & Company, June 25, 2021.
- NASAA (2021): **National Assembly of State Arts Agencies – Creative Economy State Profiles**. https://nasaa-arts.org/nasaa_research/facts-figures-on-the-creative-economy/
- Szalavetz Andrea (2020): **Ki profitál a digitális átalakulásból?** Műhelytanulmányok, 139. Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Világgazdasági Intézet, pp. 1-45.