

IMREH-TÓTH Mónika

VÁLLALKOZÁSOKTATÁSI JÓ GYAKORLATOK ADAPTÁCIÓS LEHETŐSÉGEI A HAZAI FELSŐOKTATÁSBAN

– A SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM PÉLDÁJA

Az egyetemek gazdaság- és vállalkozásfejlesztésben betöltött szerepének vizsgálata egyre inkább középpontba került az utóbbi években. Az egyetemek jelentős szerepet tölthetnek be a vállalkozóvá válás ösztönzésében, valamint a tudásintenzív kis- és középvállalkozások létrehozásában. A szerző tanulmányában megvizsgálja a vállalkozásoktatás területén vezető egyetemek legjobb gyakorlatait az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Európában, különös tekintettel a jó gyakorlatok lehetséges hazai adaptációjára, ezen belül is a Szegedi Tudományegyetemre. A területen vezető amerikai és nyugat-európai egyetemek stratégiájának, módszereinek megismerése után az egyes példákból megpróbálja kiszűrni a hazai egyetemek által adaptálható jó gyakorlatok minél szélesebb körét. Nyilvánvalóan egyszerű másolással nem érhetünk el olyan eredményeket, mint az Egyesült Államokban és Nyugat-Európában, hiszen amellett, hogy évek óta formálják stratégiájukat, módszereiket, még jelentős kulturális különbségekkel is számolni kell. Ezzel együtt az egyes stratégiák, módszerek egy kis finomítással, átalakítással a Szegedi Tudományegyetem vállalkozásoktatási modelljének alapját jelenthetik.

Kulcsszavak: vállalkozásoktatás, vállalkozásfejlesztés, tudásintenzív KKV-k, egyetemek

Az utóbbi években a vállalkozóvá válás elősegítésének kérdése egyre inkább középpontba került. Az egyetemről kirajzó értelmiség a jövő vállalkozásainak záloga, olyan dinamikusan fejlődő és innovatív területeken, mint pl. az információs technológia vagy a biotechnológia. Valójában a sikeres egyetemek az USA-ban kihangsúlyozzák az oktatási intézmények – mint a high-tech start-up vállalatok „katalizátorai” – fontos szerepét: rendkívül szemléletes példa, hogy ha a négyezer, az MIT diplomásai és tanári kara által alapított cég egy önálló nemzetet alkotna, akkor ezek a cégek ezt a „nemzet”-et a világ huszonnegyedik legnagyobb gazdaságává tennék (Lüthje – Franke, 2002). Az egyetemek szerepe is folyamatosan változik, alkalmazkodik a megváltozott környezethez, feladatokhoz (Barakonyi, 2004), illetve az egyetemek irányításában,

finanszírozásában, képzési rendszerében bekövetkező változásokhoz (Inzelt, 2010). A gazdaság versenyképességében is egyre jobban felértékelődik a felsőoktatás versenyképessége (Barakonyi, 2010).

A szolgáltató egyetem gondolatköre is egyre jobban felértékelődik (Schwartz, 2006), amelynél az egyik lehetséges szolgáltatás a vállalkozásoktatás. Az egyik legnagyobb kihívás az, hogy az egyetemek a „elefántcsonttorony” státusból a „vállalkozói egyetem” státus felé mozduljanak el. Még az üzleti iskoláknál is reális veszély, hogy az elmélet és a módszertan fetisizálása mind távolabbra sodorja őket a tényleges üzleti gyakorlattól (Barakonyi, 2009). Az Európai Unió is kitüntetett figyelmet szentel a vállalkozásoktatásnak, amit az is bizonyít, hogy megszületett az „Entrepreneurship 2020 Akcióterv”, amely három fő pillérré épül: vállalkozói

VEZETÉSTUDOMÁNY

oktatás és képzés, vállalkozói környezet kialakítása, valamint a társadalom problémás csoportjainak támogatása (új vállalkozói generációról történő gondoskodás).

Az elmúlt évtizedekben jelentősen felértékelődött a vállalkozások helyi gazdaságfejlesztésben betöltött szerepe (Wennekers – Thurik, 1999; Vilmányi – Kovács, 2008), illetve általánosságban is az egyetem-ipari kapcsolatok különféle megvalósulási formái (Vilmányi, 2011). Továbbá kitüntetett figyelmet kapnak a magas hozzáadott értékű termékeket és szolgáltatásokat létrehozó spin-off vállalkozások (Imreh-Tóth et al., 2013). Éppen ezért a sikeres vállalkozások létrejöttének egyik eszközeként megjelenő vállalkozásoktatás is egyre hangsúlyosabb szerepet kap. Az Európai Bizottság (2013) szerint Európának jelen gazdasági helyzetben még több vállalkozásra van szüksége ahhoz, hogy visszatérjen a növekedési pályára, valamint a foglalkoztatás magasabb szintjét érje el. A felsőoktatásból kilépő fiatalok személyes boldogulásában is szerepe lehet a vállalkozói kompetenciák bővítésének, mivel a felsőfokú végzettséggel rendelkező munkavállaló nem talál a végzettségének megfelelő munkát (Kotsis, 2013). Ennek egy lehetséges alternatívája lehet a vállalkozóvá válás.

Számos irányból közelítik a vállalkozásoktatást, emellett több elnevezés is létezik rá. A „vállalkozásoktatás” (entrepreneurship education) kifejezés általánosan használt az USA-ban és Kanadában, viszont kevésbé elterjedt Európában. Az Egyesült Királyságban és Írországból az előnyben részesített kifejezés a „vállalati oktatás” (enterprise education) volt, de az 1990-es évek elejére a „vállalat” (enterprise) fogalma fokozatosan beleolvadt a „vállalkozástudomány” (entrepreneurship) fogalmába. Ebből következően számos definíció született a témával kapcsolatosan, azonban minden különbségtétel és különbségtételi próbálkozással együtt a vállalati, az üzleti és akár a vállalkozásoktatási tevékenység egyik végső célja egyaránt a független vállalkozás létrehozásának és sikeresebb működtetésének ösztönzése (Imreh-Tóth et al., 2012).

A Kauffman Alapítvány által szponzorált kutatásban megállapították, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben az új vállalkozások indítása kulcsfontosságú tényező a gazdaság megújulásában és átszervezésében (Lourenco, 2013), amit alátámaszt az is, hogy a tanulmány szerint az amerikai Fortune Magazin 500-as listáján szereplő vállalatok több mint felét gazdasági hanyatlás idején alapították.

Számos tanulmány foglalkozik azzal, hogy tanítható-e az entrepreneurship (Vesper – Gartner, 1997; Klostner, 2000; Kuratko, 2003; Todorovic, 2004; Henry, 2005; Klein – Bullock, 2006). Azon kutatók, akik szerint nem tanítható, abból indulnak ki, hogy az egyes emberek vál-

lalkozói tulajdonságokkal születnek (ez az ún. „tulajdon-ságmélet”) (Todorovic, 2004). Egy másik megközelítés szerint a vállalkozói szerepet gyakran kulturális vagy gyakorlati úton sajátítják el. Ez utóbbi alátámasztja azt a nézetet, hogy az „entrepreneurship” oktatáson és képzésen keresztül is befolyásolható. Szerb és Márkus (2007a) a vállalkozóvá válás és a felsőoktatási környezet közötti kapcsolatot vizsgálta. Kutatásaikból kiderült, hogy a felsőoktatási képzés és a vállalkozói hivatás választása pozitív korrelációt mutat. A szerzők több vizsgálatot is végeztek a témában (Szerb – Márkus 2007a, 2007b), amely során arra az eredményre jutottak, hogy pozitív hatás fedezhető fel a vállalkozói kurzusokat felvevők és a vállalkozói karriert választók között. Ugyanígy Gubik (2013) kutatásai is alátámasztják a képzés vállalkozásindításra gyakorolt hatását, rendkívül szemléletes példa, hogy egy további vállalkozói kurzus felvétele 13%-kal növeli annak az esélyét, hogy egy hallgató vállalkozásindítást tervezzen. A vállalkozóvá válás elősegítésének és új vállalkozás létrehozásának szentelt tantervek és programok közelmúltbeli növekedése és fejlesztése figyelemre méltó. Nemzetközi összehasonlításban a GUESS-felmérés egy interpretációjában megállapítást nyert, hogy a vállalkozásoktatás területén a nemzetközi átlagnak megfelelő képzési kínálattal rendelkezik a hazai felsőoktatási intézmények többsége (Petheő, 2013). Ezért a hazai gyakorlatban a mennyiségi fejlődést érdemes lenne minőségi fejlődéssé formálni.

Egyre inkább elfogadottá válik, hogy az „entrepreneurship”, vagy legalábbis bizonyos aspektusai, tanulhatók. Az üzleti oktatók és szakemberek túlléptek azon a mítoszon, hogy vállalkozónak születni kell és nem kialakítható (Kuratko, 2003). A közismert GUESS-kutatás keretein belül számos esetben megállapítást nyert, hogy az egyetemeken elsősorban vállalkozói kurzusok biztosításával járulhatnak hozzá a hallgatók vállalkozóvá válásához és a vállalkozások jövőbeni sikerességéhez (Szerb – Lukovszki, 2013). Azaz nemcsak a vállalkozások indítására lehet hatással az egyetemi oktatás, hanem a vállalkozások hosszabb távú fennmaradására is. Ezen gondolatokkal értünk egyet mi is, éppen ezért tanulmányunkban olyan amerikai és nyugat-európai példákat vizsgálunk, amelyek jó gyakorlatot szolgáltathatnak a sikeres vállalkozásoktatás kialakításához.

Miért fontos tanulnunk a vezető amerikai és nyugat-európai intézményektől?

A vállalkozásoktatás szerepe hazánkban is egyre inkább előtérbe került, és több kezdeményezés is elindult az elmúlt években. A Budapesti Corvinus Egyetemen 2000-ben a Kisvállalkozás-kutató Csoport megszűnése

után megalakult a Kisvállalkozás-fejlesztési Központ (KFK). A Pécsi Egyetem Közgazdaságtudományi Karán létrejött a Simonyi Üzlet- és Gazdaságfejlesztési Központ. A Szegedi Tudományegyetemen (továbbiakban: SZTE) belül pedig megkezdte működését a Gazdaság- és Vállalkozásfejlesztési Központ. Az SZTE-n belül 12 karon folyik képzés, az egyetem hallgatóinak létszáma hozzávetőlegesen 30.000 fő. Az SZTE többlépcsős képzési portfóliót tudhat magáénak, melynek elemei: a felsőfokú szakképzés, BA/BSc-képzés, MA/Msc-képzés, valamint a doktori képzés (19 doktori iskolában). Pontosan ez a multidiszciplinaritás jelent igen komoly bázist a potenciális tudásintenzív spin-off cégek létrejöttéhez, következésképp a színvonalas vállalkozásoktatás-gyakorlat kialakítása egy lehetséges kitörési pont. Ezen túlmenően igen reménykeltő az a tény is, hogy az SZTE nappali tagozatos hallgatói körében a korai fázisú vállalkozói aktivitás jelentősen meghaladja a teljes lakosságra vonatkozó hazai átlagot (Imreh-Tóth et al., 2013).

Bár hazánkban is születtek már külföldi gyakorlatok adaptációjával foglalkozó tanulmányok (Csapó, 2007, 2010), illetve történtek már vállalkozásoktatási kutatások is (Mihályi, 2001; Szirmai – Csapó, 2006), ennek ellenére a téma gyakorlatorientált feldolgozása meglehetősen szerény, a kérdéskör fontosságához képest kevés figyelmet kapott az elmúlt néhány évben. A tanulmány célja elsősorban a hazai vállalkozások-

tatásnak és a fentebb említett kezdeményezéseknek egyfajta szakmai segítséget nyújtani, amely akár kiindulópontot jelenthet más hazai egyetemek vállalkozásfejlesztési, vállalkozásoktatási gyakorlatának kialakítása során is.

Mit tanulhatunk a legjobb amerikai példákból?

A vállalkozások két érdemi módon járulnak hozzá a piacgazdaságokhoz. Egyrészt szerves részei annak a megújítási folyamatnak, amely áthatja és meghatározza a piacgazdaságokat. A vállalkozások döntő szerepet játszanak az innovációkban, melyek technológiai változáshoz és termelékenységnövekedéshez vezetnek. Röviden a változásról és a versenyről szólnak, mivel megváltoztatják a piaci struktúrát. Másrészt a vállalkozások azt az alapvető mechanizmust képviselik, amelynek segítségével milliók lépnek be a gazdaság vérkeringésébe. Ennek fényében a vállalkozókésztség sokkal több, mint képesség pusztán egy vállalkozás létrehozására. A lehetőségek keresése, a biztonságon túlmutató kockázatvállalás és egy ötlet megvalósításához szükséges kitartás a vállalkozókat jellemző, speciális látásmódban egyesülnek.

A „vállalkozói látásmód” kialakítható az egyéneken, legalábbis többségükben. Ezt a látásmódot demonstrálni lehet egy szervezetben belül vagy kívül, profitorientált vagy nem profitorientált vállalkozásokban,

1. táblázat

A vizsgált intézmények adatai

		Hallgatói létszám (fő)	Első képzés indulása (év)	Tantestület vállalkozói hányada (%)	Frissen végzettek vállalkozói hányada (%)	Akik jelenleg is vállalkoznak (%)
Babson College	BSc	2015	1999	100	11	10
	MSc	1209	1967	100	17	9,2
University of Houston	BSc	1921	1995	100	41	41
	MSc					
University of Michigan	BSc					
	MSc	2321	1972	53	2	2
Harvard University	BSc					
	MSc	1151	1947	40	7	7
University of Southern California	BSc	1449	1971	94	50	18
	MSc	875	1971	92	50	18
Syracuse University	BSc	6715	1996	100	12	12
	MSc					
Rice University	BSc					
	MSc	474	1974	100	5	5

Forrás: saját szerkesztés

VEZETÉSTUDOMÁNY

Az amerikai egyetemekről adaptálható tényezők

Vizsgált egyetemek	Adaptálható módszerek	Megjegyzések
Babson College	A menedzsment és vállalkozás alapjai kurzus Vállalkozó Bárki Lehet stratégia	„kicsiben” Szimuláció Low-tech
University of Houston	Versenyeztetések, Wolffest	Rendezvények, konferenciák szervezése
University of Michigan	Gazdasági fejlődés katalizátora Hálózatok Helyben megtermelt tudás hasznosítása	ELI Science Park Egyetemen szerzett kapcsolatok meghatározóak Lokalitás
Harvard University	Brand	SZTE hírneve
University of Southern California	Specializált tréningek Certificate in Technology Commercialization Networking szervezetek, fórumok Corporate connections	Különböző célcsoportoknak kutatók üzleti rálátásának, vállalkozói hajlandóságának növelése Szeged Boost Vállalkozók: tudástoborzás
Syracuse University	Vita mint gondolatébresztő – vállalkozói szemlélet erősítése Entrepreneurship Field Experience	
Rice University	REEP (Rice University Education Entrepreneurship Program)	általános és középiskolai tanárok oktatása

Forrás: saját szerkesztés

valamint üzleti vagy nem üzleti tevékenységek során, melyek célja a kreatív ötletek létrehozása. Így a „vállalkozói véna” egy olyan integrált fogalom, amely innovatív módon hatja át az egyén vállalkozását.

Az Egyesült Államok felsőoktatási intézményeiben tartott vállalkozásoktatási programok skálája az alapkursusoktól, a vállalkozástudományi programokon keresztül, a kutatóközpontokig terjedhet. Az évente megjelenő Princeton Review bemutatja a legjobb „entrepreneurship-programmal” rendelkező intézményeket (1. táblázat). A Princeton Review „Top Colleges for Entrepreneurship 2013” rangsora alapján a következő, vállalkozásoktatás szempontjából élvonalbeli intézmények módszereit, stratégiáit elemzem részletebben:

1. Babson College,
2. University of Houston,
3. University of Michigan,
4. Harvard University,
5. University of Southern California,
6. Syracuse University,
7. Rice University.

Az Egyesült Államokban a vállalkozásoktatási módszerek kiforrottabbak, mint hazánkban. A TOP amerikai egyetemek stratégiájának, módszereinek megismerése után az egyes példákból megpróbálom kiszűrni az SZTE által adaptálható jó gyakorlatok minél szélesebb körét. Nyilvánvalóan egyszerű másolással nem érhetünk el olyan eredményeket, mint az Egyesült Államokban, hiszen amellet, hogy ezen intézményekben több évti-

zedes rutinnal rendelkeznek ezen a területen, jelentős társadalmi-gazdasági, valamint kulturális különbségekkel is számolnunk kell. Ezzel együtt az egyes stratégiák, módszerek egy kis finomítással, átalakítással az SZTE vállalkozásoktatási modelljének alapját jelenthetik.

A vizsgált egyetemek itthon adaptálható eljárásainak köre igen széles (2. táblázat). Mivel annak nagyon kicsi az esélye, hogy egy adott módszer egy az egyben adaptálható legyen, a táblázat harmadik „Megjegyzések” oszlopában javaslatokat teszek arra, hogy milyen változtatásokkal lehetne az SZTE-n alkalmazni az adott eljárást.

A Babson College különdíjjal elismert „A menedzsment és vállalkozás alapjai”¹ című kurzusa, illetve ennek a logikának, tartalomnak megfelelő kurzusok szinte minden TOP egyetem esetében fellelhetők. Kétségtelen, hogy a valódi, gondolkodást, illetve konkrét gyakorlatot igénylő kurzusok hatékonysága nagyobb, mint az elméleti kurzusoké. A hazai felsőoktatásban, azon belül az SZTE-n, első lépésben e kurzus „kicsiben” történő megvalósítása lehet a cél. Egyfajta szimulációs programmal a csoportokba szerveződött hallgatóknak különböző (vállalkozói életben előforduló) kihívásoknak kellene megfelelniük, így a korábban megszerzett elméleti tudás valós hasznosítása történhetne meg. A Babson gyakorlata hasonlít a Syracuse University „Kisvállalkozások fejlesztése” című gyakorlatához, valamint a Michigan Egyetem MAP-programjához hasonlóan egy kurzus keretében valós üzleti problémában keresnének megoldást a hallgatók. A cél az, hogy egy élethű térben a hallgatók kipróbálják magukat mint vállalkozók – a való életben meglévő – tényleges kockázatok nélkül.

Ehhez meglehetősen hasonló módon egy igen előremutató hazai kezdeményezés keretein belül a Budapesti Corvinus Egyetemen 2003-ban indult „Vállalkozásbarát Egyetem – Vállalkozásképes Hallgatók” (VE-VH) programja keretében a meggyőző üzleti tervet író hallgatók/hallgatói csapatok anyagi támogatást kaptak vállalkozásuk megalapításához (Szirmai – Csapó 2006).

A MICHIGAN EGYETEM MAP-PROGRAMJA

A szponzorszervezetek szemeszterről szemeszterre eljuttatnak az egyetemhez egy indítványt, amelyben bemutatják a megoldásra váró összetett üzleti problémáikat. A szervezetek lehetnek nonprofit intézmények és forprofit vállalatok egyaránt, jelentkezhetnek az USA-ból vagy a világ bármely egyéb pontjáról. A hallgatók csapata egyetemi oldalról oktatókkal, tanácsadókkal; szponzori oldalról megbízott belső emberekkel dolgozik együtt. A gyakorlat során folyamatos egyeztetés, kétoldali kommunikáció, ciklikusan iterált kísérletezés zajlik, majd 2 hónap letelte után a hallgatóknak jelentéssel, kész javaslatokkal kell előállni a szponzoráló szervezet által felvetett problémát illetően. A program afféle szakmai gyakorlat és esettanulmány keverékeként képzelhető el, melyben a hallgatók valós üzleti szituációkban vesznek részt, munkájuknak valódi tétje van. Az együttműködés az egyetem részéről azért előnyös, mert így magas szintű gyakorlati oktatást valósíthat meg, a szponzoráló szervezet pedig olcsón jut minőségi üzleti ötletekhez. A hallgatók által biztosított értékek itt a széles látókör, innovatív hozzáállás, üzleti háttértudás, Ross School of Business módszerek használata.

Ugyancsak a Babson College-nál jelenik meg a „Vállalkozó Bárki Lehet” elv, azaz nem kizárólag a high-tech vállalkozókat célozzák meg, amely az SZTE esetében is megfontolandó, hiszen a high-tech iparágakban vállalkozni kívánó potenciális vállalkozók száma elmarad a low-tech iparágakban jelenlévőktől. Éppen ezért a célcsoportok minél szélesebb körét megcélozva diverzifikált programokra van szükség.

A University of Houston Wolffest programja, illetve már a versenyztetés önmagában fontos eleme lehet az SZTE vállalkozásoktatásának. Más magyar, illetve határon túli egyetemek hallgatói összemérhetik tudásukat, szervezőkészségüket, miközben amellet, hogy növekszik a hallgatók kapcsolati hálója, az egyetemek is tanulhatnak egymástól, ezzel egyfajta szinergikus hatásként fejleszthetik saját vállalkozásoktatási stratégiájukat. A Wolffest programhoz hasonlóan a hallgatókat

be lehetne vonni konferenciák, egyetemi programok szervezésébe, akár különböző karokon lévő csoportok szervezésével. Például orvosi konferencia szervezése, amelynek során orvos-, illetve közgazdászhallgatóknak egymással együttműködve kellene megtervezniük a szükséges erőforrást (pénzügyi, humán stb.), illetve megszervezniük, levezényelniük az eseményt, akár egy kurzus keretében. Mivel az SZTE tizenkét karának, illetve kapcsolódó szervezeteinek valamelyikén minden évben rendeznek konferenciát, megfelelő alapot nyújthat a hallgatóknak, hogy valódi gyakorlati tapasztalattal szerezzenek. Az ilyen jellegű programok az olyan – tantermen belül kevésbé alakítható – kompetenciákat fejleszt, mint az önállóság, kapcsolatépítés, kommunikáció, tervezés-szervezés.

A UNIVERSITY OF HOUSTON WOLFFEST PROGRAMJA

A Wolffest program hasonlít leginkább a Babson-féle „cégépitős” gyakorlathoz, bár informálisabb módon. A Wolffest a BBA in Entrepreneurship from the Wolff Center kurzus teljesítésének utolsó feltétele. A program lényege, hogy 5-6 db, egyenként 8 fős csapat mérkőzik meg egymással. A cél, hogy a szemeszter végi háromnapos grillfesztiválon vendégül lássák az odalátogatókat (kb. 20 000 ember). Egyszerűsége ellenére összetett feladatról van szó (költség- és bevételkalkuláció, marketing, üzletiterv írása, szponzorkeresés, minőségbiztosítás stb.). Az itt szerzett tapasztalatok megmutatják a hallgatóknak, milyen és mekkora különbségek vannak egy üzleti lehetőség tervezése és kivitelezése között.

A University of Michigan kiemeli, hogy az egyetem gyakran a gazdasági fejlődés katalizátora. Ez az SZTE esetében sincs másképp, hiszen az SZTE az egyébként meglehetősen heterogén és gazdaságilag elmaradott régióban egy „innovációs-sziget”. Az SZTE esetében is elmondható, hogy az egyetemen szerzett kapcsolatok meghatározóak, az egyetem alkalmas az informális kapcsolati háló kiépítésére és megerősítésére (Imreh – Lukovics 2011)². A helyben megtermelt tudás hasznosítása szintén ráhúzható az SZTE-re, hiszen a különböző karokon létrejött tudás a megfelelő vállalkozásoktatással lokálisan hasznosulhat. Mindezekhez szorosan kapcsolódik a tervezés alatt levő ELI (Extreme Light Infrastructure) Science Park, amely jóval túlmutat egy egyszerű kutatási központ pontszerű fejlesztésén. A beruházás közvetlen környezetén túl a tágabb gazdasági térség is érdemi fejlődésnek indulhat a várakozások szerint, azaz ez a beruházás a térség jelenlegi gazdasági

VEZETÉSTUDOMÁNY

szerkezetére is hatással lesz. A ELI Science Park térségi innovációs hatása kiemelkedő, amelynek bázisát egyrészt a konkrét fejlesztés, másrészt a Szegedi Tudományegyetem – mint Kiváló Felsőoktatási Intézmény és Kutatóegyetem címmel rendelkező nemzetközi hírű egyetem, harmadrészt a térség további kutatóhelyei (SZBK, BayBio) jelentik. Ehhez szervesen kapcsolódnak középtávon a már meglévő, illetve a térségbe jövőben betelepülő innovatív vállalkozások.

A Harvard Universityhez hasonlóan az SZTE-t mint márkát is ki kell hangsúlyozni, hiszen a brit QS-ranglistán³ az SZTE szerepel a legjobb helyen a magyar intézmények közül. Emellett a HVG 2014-es rangsora⁴ alapján a legjobb vidéki egyetem (az Eötvös Loránd Tudományegyetemet, valamint a Budapesti Corvinus Egyetemet követően). A harvardi „Case Method” egy nagyon intenzív módszer, amelyet „leghamarabb” master szinten lehetne bevezetni, és felkészült oktatók segítségével az egyik legfontosabb kompetenciát, a döntéshozatalt „gyakorolni”.

A „HARVARDI CASE METHOD”

Kezdetben a hallgatók egyenként megkapnak egy üzleti problémát vázoló esetet. Ezt mind külön-külön átolvassák, arra önállóan megoldásokat fogalmaznak meg. Ezután bemelegítő jelleggel 8 fős csapatokban megvitatják, értékelik a különböző nézőpontokat. A kurzus végső fázisában pedig elkezdődik a tényleges brainstorming. Mindannyian (80-100 fő) összegyűlnek egy teremben melyben az oktató vezetésével megvitatják a szóba jöhető (csapatok által előszelektált) ötleteket.

A módszer a „network effect”-re épít, ami azt jelenti, hogy az oktatóterem különböző tudományos háttérrel, tapasztalattal, ipari rálátással rendelkező hallgatók olvasztótégelyévé válik. Olyan üzleti megoldásokat kínáló csoport jön létre, melyben nincs hierarchia, tehát az információ a lehető legszabadabban áramlik (az év végi osztályzat 50%-a az órai aktivitásból tevődik ki). Az oktató ez esetben nem mindentudó szakértőként, hanem – néha provokatívan – olyan katalizátorként működik, mely előhossa az emberekből a bennük rejlő vezetőt. Így a kurzus végére olyan kollektív tudáshalmaz kerül felszínre, amely a lehető legtöbb nézőpontból vizsgál egy esetet. Voltaképpen az oktató közreműködésével a hallgatók tanítják egymást (plusz az oktatót is!). A kurzus végső célja a döntéshozatal gyakoroltatása (a valós élethez hasonlóan, néha hiányos vagy ellentmondó információk birtokában, akár stresszhelyzetben is).

A célcsoportok kérdéskörén belül a University of Southern California-hoz hasonlóan az SZTE-nek is érdemes lenne az orvostudomány, illetve a természettudományok területén tevékenykedő kutatókat megcélzó vállalkozásoktatási programokat létrehozni, hiszen ezeken a területeken merülnek fel a konkrét ötletek, jönnek létre találmányok, amelyek üzleti szintre emeléséhez már nem rendelkeznek megfelelő tudással. A hallgatók informálisabb környezetben, kötetlenebb beszélgetések keretében (fórumok, előadások, műhelymunkák stb.) olyan gyakorlati tudáshoz juthatnak, amelyek kiegészíthetik a formális előadásokon hallottakat. Az SZTE alumni segítségével számos lehetőség adódik az ilyen események folyamatos létrehozására, ahol a hallgatók (és előadók) kapcsolati tőkéje is tovább növekszik.

Ehhez részben kapcsolódóan a régióban lévő vállalkozások (tudásintenzív, spin-off stb.) és az egyetem számára kölcsönösen előnyös együttműködés jöhet létre, melynek keretében a vállalkozók egyetemi előadások során gyakorlati tapasztalatokkal, esettanulmányokkal, illetve interaktív előadások során adnak át tudást a hallgatóknak, mindeközben kvázi toborzást végeznek, hiszen a jó képességű hallgatók számára akár állást is ajánlhatnak. A kurzusokon akár a Syracuse Egyetem „Dilemmák és Viták” című kurzusához hasonlóan több, eltérő megközelítés felvonultatása is érdekes lehet a problémák vizsgálata során.

A Syracuse Egyetem Entrepreneurship Field Experience kurzusa releváns lehet az orvostudomány és a természettudományok területén tanuló azon hallgatók számára, akik ki akarják próbálni magukat egy olyan környezetben, ahol saját ötletüket kell „eladni”. A kurzus során a leendő vállalkozóknak egy eredeti és megvalósítható üzleti ötlettel és az azt leíró üzleti tervvel kell előállniuk, melyet a szemeszter végén egy befektetőknek tartott összejövetelen prezentálnak. Véleményem szerint ez nagyon fontos, mert így a nem közzgazdászhallgatók azonnal rákényszerülnek arra, hogy üzleti szemüvegen keresztül is vizsgálják elképzeléseiket, és rutint szerezhetnek ötletük lehetséges hasznosításában.

Az amerikai vezető egyetemek közül a Princeton Review 20. helyén álló Lehigh Universityn működő Baker Institute vezetőjével, Todd A. Watkinsszel sikerült írásban interjút készíteni. Mr. Watkins közölte, hogy a Lehigh University nagy lépéseket tett a vállalkozói környezet és a hallgatói startup folyamat kiépítésében az egész egyetemen a Baker Institute for Entrepreneurship, Creativity and Innovation és a Lehigh vállalkozást elősegítő programjainak ösztönzésével.

2012–13-ban több mint 65 valódi startup (nem osztálytermi projektek) tartott az indítás különböző fázisaiban az egyetemen. A Baker Institute programjai, workshopjai, kapcsolódó eseményei több mint 3500 résztvevőt számláltak 2012–2013-ban. Két, egyetemisták által elindított startup elismerést vívott ki a közelmúltban: az Eco Tech Marine bekerült az Inc500 leggyorsabban növekvő vállalatának listájába az USA-ban; valamint a Life Serve Innovation társalapítói felkerültek a Businessweek Amerika Legjobb Fiatal Vállalkozóinak TOP 25-ös listájára. Mr. Watkins – az előző intézmények gyakorlatához hasonlóan – a gyakorlati oktatás fontosságát hangsúlyozza, amit a *LehighSiliconValley* program elindítása is bizonyít.

LEHIGH SILICON VALLEY PROGRAM

A LEHIGH UNIVERSITY-N

A *LehighSiliconValley* program 2012 januárjában indult és 2014 januárjában már harmadjára futott. *LehighSiliconValley* egyedi az egyetemi vállalkozási programok között. A Baker Institute 40-50 egyetemistát és 10-15 diplomást visz el a vállalkozás központjába, a Szilícium-völgybe. Kihasználva a *Lehigh* 80 mérföldes távolságát New Yorktól, 2013-ban kiegészítették a hivatalos *LehighSiliconValley* programot a „New York Experience” programmal, lehetőséget nyújtva a hallgatóknak, hogy két napig elmerüljenek New York vállalkozási dzsungelében. Így a hallgatók össze tudták hasonlítani mindkét partvidék vállalkozói környezetét.

Az „élő esetek” felhasználása izgalmas tanulási környezetet eredményez, amely valódi vállalatokra, valódi szereplőkre és valós időben játszódó, valódi helyzetekre koncentrál. Az „élő eset” során az alapító ügyvezető igazgatók bemutatják vállalatukat a csoportnak, hasonlóan ahhoz, amikor befektetőknek prezentálják. Jellemzik a vállalkozást, megosztják az elképzeléseiket és előremutató stratégiákat közölnek. Előre kiosztanak anyagokat a cégről és az ipárról, hogy a hallgatók rákészüljenek. A hallgatók csapatokban együttműködve elemzik és értékelik a látottakat és hallottakat; megvitatják a problémákat és megegyezésre jutnak; majd formálisan bemutatják megállapításait, következtetéseiket és javaslatukat – közvetlenül az alapító ügyvezető igazgatóknak.

A program népszerűségének köszönhetően 2013 áprilisában a keleti parton tovább terjeszkedtek egy új kísérleti programmal, a *LehighBostonStartup* programmal. A Szilícium-völgyi program egyetemi

*sikere elvezetett egy csoport elkötelezett, végzett hallgatóhoz és más vállalkozókhöz, kockázati tőkésekhez és inkubátor-szakemberekhez Boston területén, akik hajlandóak megosztani új vállalkozási tapasztalataikat és kapcsolataikat 40 hallgató számára gyakorlati, New England stílusú tapasztalatszerzés keretében. A *LehighBostonStartup* egy rövidebb, háromnapos terepgyakorlat volt, amely a *LehighSiliconValley* programhoz hasonlóan „az élő eset módszerre” épült.*

Mivel a vállalkozásoktatás nem a felsőoktatás szintjén kellene, hogy kezdődjön, hanem általános és középiskolai szinten is szükséges lenne alapismeretek elsajátítására, így a Rice Egyetemhez hasonlóan az SZTE is indíthatna általános és középiskolai tanárok részére képzéseket, amelyek segítségével a vállalkozásoktatás már fiatal korban elkezdődhet. Érdemes lenne néhány gyakorló iskolában kísérleti képzést indítani, amelyet először egyetemi oktatók tartanának, és felmérni, hogy a képzést elvégző tanulók mennyire profitáltak a képzésből.

A vállalkozásoktatás területén vezető nyugat-európai intézményektől adaptálható tényezők

Az amerikai példák áttekintése után megvizsgáltam az európai TOP felsőoktatási intézményeket, amelyek mind kulturálisan, mind földrajzilag közelebb helyezkednek el hazánkhoz. Kutatásaim során számos iskolát elemeztem, a részletesen vizsgált intézményeket a *MBA50.com Premiership 2013* rangsorolása alapján választottam ki. Tekintve, hogy a különféle elektronikus üzleti folyóiratok (*Financial Times*, *Bloomberg Businessweek*, *The Economist*, *Forbes*) különböző indikátorokat használnak éves egyetemi rangsorolásuk elkészítéséhez, az *MBA50.com* célul tűzte ki, hogy egyenlő súllyal egységesíti a rendszereket, és a különböző rangsorokból létrehoz egy összesített rangsort, a *Premiership 2013*-at. Ezek alapján a 3. táblázatban felüntetett intézményeket elemeztem részletesen.

Mielőtt rátérnénk az egyes egyetemek vizsgálatára, vázlatosan tekintsük át, mi alapján állítják fel sorrendjüket a különböző szerkesztőségek:

- *Financial Times*: az alumnik éves fizetése, 3 évvel a végzés után, illetve százalékos növekedés a képzés előtti és utáni (+3 év) fizetésben,
- *Bloomberg Businessweek*: kérdőívek a fő érinteteket figyelembe véve: hallgatók, leendő munkaadók, ezen kívül kisebb súllyal megjelenik az oktatói-hallgató összetétel, az alumnik éves fize-

VEZETÉSTUDOMÁNY

Vizsgált európai egyetemek rangsorai

2013 összesített rangsor	Európai üzleti egyetemek	Ország	Financial Times 2013	Business Week 2012	Economist 2013	Forbes 2013
1	London Business School	Egyesült Királyság	1	1	3	4
2	Insead	Franciaország	2	2	7	2
3	IMD	Svájc	6	7	4	1
4	IESE Business School	Spanyolország	3	6	1	12
5	IE Business School	Spanyolország	4	3	15	5
6	University of Cambridge – Judge	Egyesült Királyság	5	–	9	8
7	Esade Business School	Spanyolország	8	5	5	14
8	HEC Paris	Franciaország	7	9	2	15
9	University of Oxford – Saïd	Egyesült Királyság	9	4	17	6
10	SDA Bocconi	Olaszország	14	10	14	3

Forrás: www.mba50.com alapján

tése, illetve egyéb – az egyetemre vonatkozó – minőségi összetevők,

- *The Economist*: karrierlehetőségek, hallgatók személyes fejlődése (oktatás révén), éves fizetés, networking lehetőségek,
- *Forbes*: ROI 5: milyen mértékben térülnek meg a végzéstől számított 5 éves távlatban a képzés költségei?

A továbbiakban az amerikai egyetemek adaptálható legjobb gyakorlatainak további tesztelése érdekében áttekintettük, hogy a kiemelt pozitív módszerek milyen mértékben és milyen módon jellemzők a vezető európai egyetemek gyakorlatára. Ezzel azt vizsgáltuk, hogy az egyes intézményekben milyen valóban adaptálható módszerekkel találkozhatunk. Összességében a leggyakrabban ismétlődő megoldásokat kerestük, vélelmezve, hogy a legjellemzőbb megoldások az európai környezetben és értékrendben is általánosságban működőképesek.

A leggyakrabban ismétlődő motívumok az alábbiak:

- nemzetközi tapasztalatszerzés,
- high-tech vállalkozások részére speciális képzés,
- modern oktatási módszerek: szimuláció, szerepjáték,
- vállalkozók bevonása az oktatásba,
- esettanulmányok csoportmunkával,
- szervezetek hallgatóknak.

Az egyik legfontosabb sikerfaktornak a *nemzetközi tapasztalatszerzés* tűnik. Vélelmezhetően a nemzetközi, illetve multikulturális tapasztalat egyrészt az önállóságot is növeli, másrészt többféle nézőpont elsajátítását is elősegítheti. Nem véletlen, hogy az amerikai egyetemekhez hasonlóan a vezető európai

egyetemek is kiterjedt lehetőségekkel rendelkeznek. A teljesség igénye nélkül a legjellemzőbb példák: A London Business School esetében a hallgatóknak lehetőségük van 32 intézet közül választani Európában, Ázsiában, Ausztráliában, Észak- és Dél-Amerikában. Az Inseaden hihetetlen multikulturális az oktatói és hallgatói gárda egyaránt – a világ 84 különböző országából tevődnek össze a szereplők. Hasonló módon az IESE-n kitüntetett figyelmet fordítanak a nemzetközi csereprogramokra, illetve az ESADE-n is 3-4 hónapos csereprogramok érhetők el, mivel partneri viszonytal rendelkeznek a világ legnevesebb üzleti egyetemeivel.

Szintén szinte mindenhol megjelenik a *leendő high-tech vállalkozások elindítását elősegítő speciális képzések* kérdésköre. A széles képzési portfólióval rendelkező európai egyetemeknél bevett gyakorlat a nem üzleti képzésben részt vevő hallgatók, kutatók felkészítése a vállalkozóvá válásra. Ilyenek például a Cambridge-ben működő MPhil programok, amelyek nem üzleti MSc-n végzetteknek vagy jelenleg PhD-s kutatóknak szólnak, és képessé teszik őket arra, hogy szakterületükhöz kapcsolódó vállalkozást indítsanak el. Hasonló az Esade Business School keretein belül működő Master in Innovation and Entrepreneurship program, amely kifejezetten high-tech vállalkozások indítására felkészítő képzés.

Az amerikai egyetemekhez hasonlóan a vizsgált európai egyetemek szinte mindegyikén előtérbe kerülnek a tantermi oktatás mellett a *modern, szimulációra, szerepjátékra épülő oktatási módszerek*. Ezek közül kiemelhető a SDA Bocconi School of Management Learning Lab gyakorlata, amelynek keretében menedzsment szimulációs programot (Sherlock), szerepjátékot, web-based solution-okat fejlesztettek ki.

Kijelenthetjük, hogy a sikeres vállalkozásoktatás egyik meghatározó alappillére a modern oktatási módszerek konzekvens alkalmazása.

Alapkövetelmény a *gyakorló vállalkozók bevonása* az oktatásba, ez minden amerikai és európai egyetem gyakorlatában megjelenik. A London Business School esetében éves díj ellenében a nagyvállalati partnerek értékes, mindkét fél számára előnyös szolgáltatásokat kapnak az egyetemről (pl. hallgatók [munkaerő] rendelkezésre bocsátása, üzleti elemzések, módszerek, legfrissebb kutatás, globális kapcsolati háló stb.). Hasonlóan, az IMD szintén lehetőséget biztosít vállalati szereplőknek, hogy együttműködjenek az egyetemmel, illetve éljenek annak szellemi tőkéjével. Ennek megfelelően a következő szolgáltatásokat biztosítják az ügyfeleknek: *toborzás* (a cégek MBA-hallgatókból válogathatnak), *startup projektek*: a hallgatók besegítenek technológiai startupok felpörgetésébe (ez egyúttal üzleti gyakorlati lehetőség is számukra), illetve *konzultációs szolgáltatás* (érettebb vállalkozások üzleti kihívásaira egy erre kinevezett hallgatói csapat végez elemzést, majd kínál megoldást).

Szintén jól bevált eszköz az *esettanulmányok megoldása csoportmunka keretein belül*. Az IESE Business School gyakorlatilag direktben a Harvard 'Case Method' módszertanát használja, ahol a hallgatók e kurzuson mindannyian döntéshozó személyként vesznek részt (lásd korábban). Hasonló az Insead-en alkalmazott megoldás, ahol a Harvard 'Case Method' kurzusához hasonlóan itt is megjelenik a szerepjáték, valamint az előadás interaktív levezénylése (az oktató részben mint „provokatív műsorvezető” funkcionál).

Végül nem mellékes a *hallgatói szervezetek keretein belül folytatott tevékenység* sem, amely szintén önállóságra, mérlegelésre és tervezésre neveli a részt vevő hallgatókat (pl. E-Garage az Esade-n, Business clubs az Insead-en).

A fentiek mellett kiemelem a University of Cambridge-n működő Judge Business School vállalkozói attitűd kialakításával kapcsolatos törekvését, amit az SZTE is adaptálhatna. Az üzleti iskolának egy külön erre a célra létrehozott központja (Centre for Entrepreneurial Learning) foglalkozik az *egyénekben rejlő vállalkozó felébresztésével*. E misszióval összhangban a központ különféle kurzusokat, képzéseket, konferenciákat, rendezvényeket szervez, hogy elősegítse e képességek kibontakoztatását. Ezek között szerepelnek hetente megrendezésre kerülő networking események, technológiai kutatásokból innovatív vállalkozások létrehozását célzó kezdeményezések, vállalkozói készségeket feltáró és fejlesztő képzések, valamint meghívott előadók, vállalkozók révén inspiráció, know-how átadása, tanácsadás,

mentorálás. Hasonlóan, a University of Oxford tagintézménye, a Saïd Business School is törekszik arra, hogy megfelelő vállalkozói légkör alakuljon ki. Egyik ilyen a *vállalkozói központ* létrehozása, mely szemináriumokat, networking rendezvényeket tart, versenyeket szervez, különféle vállalkozói képzéseket, támogatást nyújt. E sikerekben (indulástól számítva több mint 150 megalapított cég, 22.000 résztvevő a kurzusokon, rendezvényeken, 2,5 millió letöltés – szabadon hozzáférhető előadások, hanganyagok) valószínűleg az is közrejátszik, hogy az egyetem megfelelően tudja tolmácsolni a menedzsmenti és vállalkozói létforma közti különbséget. Így – talán a nagyobb társadalmi elfogadottság következtében – több emberhez tudnak eljutni az inspiráló sikertörténetek.

A másik ilyen szervezet az *Oxford Entrepreneurs*. Ez egy a hallgatókat, az alumnit és külső szereplőket is tömörítő fórum, amely 10.000 tagjával valószínűleg méltán nevezheti magát Európa legnagyobb hallgatói vállalkozói közösségének. Kapnak támogatást az egyetem vállalkozói központjától, de formálisan függetlenek tőle. Ők hallgatói oldalról közelítik meg a fiatal vállalkozók szükségleteit, és ennek megfelelően támogatják őket: *inspiráció, oktatás, networking, versenyek, tanácsadás*.

Végül, de nem utolsósorban mindkét szervezet szoros kapcsolatot ápol az egyetem technológiatranszfer társaságával (*Isis Innovation*).

Továbbá, ugyancsak a Judge Business School felismerte a „*soft skills*”-ek erősítésének fontosságát. E kifejezés alatt főleg az érzelmi intelligenciához köthető kvalitásokat értjük: kommunikációs készség, stílus (közvetlenség, megnyerő fellépés), optimizmus, segítőkészség, kooperációs hajlam stb. E készségek nemcsak kiegészítik, de „tálalják és el is adják” a hard skill-eket (szaktudás, tapasztalat, végzettség – mindazok a formai követelmények, amelyek egy pozíció betöltéséhez szükségesek).

Tekintve, hogy jelen világunkban egy „hard felől soft irányú” gazdasági és társadalmi átalakulás megy végbe, e képességek a későbbiekben valószínűleg még nagyobb szerepet kapnak az üzleti életben.

Azért a hasonlóságok mellett érdemes röviden rávilágítani a *legmarkánsabb különbségekre* is a sikeresebb adaptáció érdekében.

Az Egyesült Államoktól eltérően (feltehetőleg jórészt kulturális különbözőségek miatt) arányaiban az európai országok lakóira nem annyira jellemző, hogy alapfokú diplomával fogjanak vállalkozásindításba. Ehelyett – talán társadalmi nyomásra is – jellemzőbb, hogy szükségesnek tartjuk mesterfokú végzettség megszerzését is.

Az amerikai egyetemekenél gyakran előfordultak olyan kurzusok, melyek a hallgatókat célzottan valós

VEZETÉSTUDOMÁNY

üzleti tapasztalatszerzéshez segítették (Babson College: Foundations of Management and Entrepreneurship, University of Houston: Wolffest, University of Michigan: Multidisciplinary Action Projects (MAP), Syracuse University: Emerging Enterprise Consulting, Rice University: Action Learning Project). A London Business School esetében a nyári gyakorlatok hasonlíthatók leginkább az imént említett kurzusokhoz. Didaktikai elrendezésüket tekintve azonban erősen elüt egymástól az amerikai és az európai gyakorlat. Ez a következőt jelenti: az amerikai példánál a gyakorlati kurzusok sokkal inkább az oktatásba integráltak, míg az európai esetben inkább kiszervezettek, elkülönültek. Az előbbi eset horizontális (a hallgató egyszerre halad a tanulmányaival és vállalkozói törekvéseivel), az utóbbi vertikális szemléletű folyamatot feltételez (a hallgató egyik periódusban inkább a tanulmányaira, a másik periódusban inkább a vállalkozására koncentrálnak). Jóllehet e különbözőség adódhat abból is, hogy az amerikai egyetem rangsorolása vállalkozói képzésekre volt kihegyezve, míg az európaiaké tágabb értelemben vett üzleti képzésekre. *Értékes tanulás mindenesetre, hogy vállalkozói képzésekben valószínűleg jobban beválik a tananyagba integrált gyakorlat (amerikai stílus), hiszen a két terület [üzleti tudás (elmélet) + vállalkozói tapasztalat [gyakorlat]] egy időben, kölcsönösen tudja egymást fejleszteni.*

Következtetések

Végezetül röviden kísérletet teszünk néhány alapvető fontosságú feltétel megfogalmazására, amelyeket feltétlenül érdemes figyelembe venni, amikor az esetleges adaptációs lehetőségek kidolgozása történik a hazai egyetemekre, azon belül kiterjedt képzési háttérrel bíró az SZTE-re.

A nemzetközi tapasztalatszerzés itt is alapkövetelmény, szerencsére az elmúlt néhány évben ezen a területen is megnöttek a lehetőségek. Sajnos a külföldi tapasztalatszerzés a jelenlegi keleti-nyugati relációban az esetek egy részében csak „utaztatás”. Praktikus olyan kapcsolatokat létesíteni, ahol a partnerintézmények valóban színvonalas képzést nyújtanak többek között az entrepreneurship területén is, így a tudásátadás direkter formában is megvalósulhat. Ennek még konkrét formája, ha a kinttartózkodás egyik alapkövetelménye valamilyen entrepreneurship kurzus teljesítése a fogadó intézményben.

A high-tech vállalkozások részére adaptálható speciális képzések kulcsfontosságúak, praktikus minden intézménynek kialakítania saját portfólióját, amely pontosan a jó nemzetközi gyakorlatból tevődik össze. Emellett nem szabad elfelejteni az esetleges „low-

tech” témájú innovációs képzésekről sem. A tapasztalatok alapján a kevésbé fejlett országokban működő, így a hazai egyetemekről esetlegesen kipörgő spin-off-ok jelentős része inkább ezen ágazatokból kerül ki.

A modern oktatási módszerek esetében fontos arra figyelni, hogy az adott szerepjátékok, szimulációk az adott gazdasági-társadalmi kulturális környezethez illeszkedjenek. Ilyen értelemben ezen a területen inkább a módszertan adaptálható csak, a konkrét tartalommal történő megtöltés az már inkább saját feladat.

Talán a vállalkozók bevonása az oktatásba az egyik legnagyobb kihívás a hazai egyetemek számára. Ennek nincs igazán érdemi hagyománya nálunk, illetve az alumni mozgalmak is messze elmaradnak a nyugati gyakorlattól. Itt a „nulladik lépés” a sikeres bevonási módszerek adaptációja lehetne, mert még ebben is komoly lemaradásaink vannak.

A megfelelően használt esettanulmányok szintén komoly lehetőségeket rejtenek magukban. Itt is kulcsfontosságú azonban észrevenni, hogy a módszertan adaptálása lehet az előrelépés, nem pedig az esettanulmányok mechanikus átvétele. Számos sikertelen próbálkozás során sikerült megtanulni, hogy a vezető amerikai és európai egyetem esettanulmányainak direkt átvétele nem jelent komoly előrelépést az entrepreneurship oktatásában, pontosan az eltérő makro- és mikrokörnyezet következtében. Ezen a területen is – hasonlóan az oktatási módszereknél említettekhez – a konkrét valóban használható esettanulmányok kidolgozása már saját feladat.

A hallgatói öntevékeny csoportok esetén törekedni kell a minél üzletibb jellegű gondolkodásmód elsajátítására, illetve a projektszemlélet előtérbe helyezésére. Ezen a területen is az egymástól tanulás rejti magában a legtöbb lehetőséget.

Lábjegyzet

¹ Különdíjjal elismert kurzus: Egyéves gyakorlat, mely során a hallgatóknak 10 fős csapatokként el kell indítaniuk egy vállalkozást, felfuttatni, majd felszámolni azt. A működés alatt partneri kapcsolatot kell létesíteni egy szociális szolgáltatást nyújtó szervezettel, majd felszámolás után a vállalkozásból fennmaradó pénzüsszeget jótékonyági céllal eladományozzák. Ezzel is erősítve a hallgatókban a vállalkozások társadalmi felelősségvállalásának (CSR) kiemelt szerepét.

² A válaszadók 44%-a teljes mértékben egyetértett azzal az állítással, hogy: „Az egyetemen kialakulnak olyan barátságok, személyes kapcsolatok, melyek jelentősen támogatják egy vállalkozás elindítását, üzletmenetének folytatását.”

³ <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region=140+country=+faculty=+stars=false+search=>

⁴ A HVG rangsorát az Emberi Erőforrások Minisztériuma, az Oktatási Hivatal és az Educatio Nonprofit Kft. adatainak felhasználásával készítették.

Felhasznált irodalom

- Barakonyi K. (2009): A business schoolok szerepváltozásai – Kihívások és változások a menedzserképzésben és az MBA-oktatásban. *Vezetéstudomány*, (40) 1: p. 2–15.
- Barakonyi K. (2004): Egyetemi kormányzás: Merre tart Európa? *Közgazdasági Szemle*, (51) 6: p. 584–599.
- Barakonyi K. (2010): A felsőoktatás versenyképességéről. *Vezetéstudomány*, (41) 12: p. 4–19.
- Csapó K. (2007): Vállalkozásoktatás diákvállalkozásokon keresztül – tapasztalatok a Budapesti Corvinus Egyetemről. *Vezetéstudomány*, (38) 4: p. 30–42.
- Csapó K. (2010): Vállalkozásoktatás korszerű hazai kísérletei a Budapesti Corvinus Egyetemen. *Vállalkozás és Innováció*, (4) 1: p. 33–51.
- Gubik A. (2013): A magyar hallgatók vállalkozásindítási szándékát befolyásoló tényezők modellje. *Vezetéstudomány*, (44) 7–8: p. 19–29.
- Henry, C. – Hill, F. – Leitch, C. (2005): Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II. Education and Training, 47: p. 158–169.
- Imreh Sz. – Kosztópulosz A. – Imreh-Tóth M. (2013): Az akadémiai spin-off vállalkozások „akadálytérképe”. in: Inzelt A. – Bajmócy Z. (szerk.): Innovációs rendszerek: Szereplők, kapcsolatok és intézmények. JATEPress, Szeged: p. 71–91.
- Imreh-Tóth M. – Bajmócy Z. – Imreh Sz. (2013): Vállalkozó hallgatók – valóban reális jövőkép a vállalkozóvá válás? *Vezetéstudomány*, (4) 7–8: p. 51–63.
- Imreh-Tóth M. – Imreh Sz. – Prónay Sz. – Vilmányi M. – Lukovics M. – Kovács P. (2012): Vállalkozásoktatás a felsőoktatásban: lehetőségek és remények. in: Bajmócy Z. – Lengyel I. – Málóvics Gy. (szerk.): Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság. JATEPress, Szeged: p. 239–250.
- Inzelt A. (2010): Külföldi részvétel a hazai egyetemek és az ipar közötti együttműködésben. *Közgazdasági Szemle*, (57) 5: p. 431–456.
- Klein, P.G. – Bullock, J.B. (2006): Can entrepreneurship be taught? *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38: p. 429.
- Klofsten, M. (2000): Training entrepreneurship at univer-sities: a Swedish case’. *Journal of European Industrial Training*, 24: p. 337–344.
- Kotsis Á. (2013): A túlképzettség vizsgálata a Debreceni Egyetem végzettjei esetében. *Vezetéstud.*, (44) 1: p. 38–48.
- Kuratko, D. (2003): Entrepreneurship education: emerging trends and challenges for the 21st century. Coleman Foundation White Paper Series, Coleman Foundation, Chicago, IL.
- Lourenço, F. – Taylor, T. G. – Taylor, D. W. (2013): Integrating “education for entrepreneurship” in multiple faculties in “half-the-time” to enhance graduate entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20: p. 503–525.
- Lüthje, C. – Franke, N. (2002): Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology. European Academy of Management, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, május 9–11., Stockholm
- Mihályi I. (2001): Vállalkozási ismeretek oktatása Európában. *Új Pedagógiai Szemle*, (5) 12: p. 81–89.
- Petheő A. I. (2013): Hallgatói vállalkozási tervek vizsgálata a GUESS 2011-es felmérése alapján. *Vezetéstudomány*, (44) 7–8: p. 64–70.
- Schwartz K. (2006): Szolgáltató egyetem a tanuló társadalomban: Termékfejlesztés felsőfokon. *Vezetéstud.*, (37) 5: p. 20–25.
- Shepherd, D.A. – Douglas, E.J. (1997): Is management education developing, or killing, the entrepreneurial spirit. In Proceedings of the 1997 USASBE Annual National Conference Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development, San Francisco, California
- Stenberg, R. (2000): Innovation Networks and Regional Development – Evidence from European Regional Survey (ERIS). *European Planning Studies*, (8) 4: p. 389–407.
- Szerb L. – Lukovszki L. (2013): A magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESS felmérése alapján. *Vezetéstudomány*, (44) 7–8: p. 30–40.
- Szerb L. – Márkus G. (2007a): Vállalkozói környezet és vállalkozásoktatás nyolc magyar egyetemen, nemzetközi összehasonlításban, hallgatói vélemények alapján. *Vezetéstudomány*, (37) 6: p. 29–41.
- Szerb L. – Márkus G. (2007b): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására (nemzetközi összehasonlító elemzés). *Közgazdasági Szemle*, 3: 248–273. o.
- Szirmai P. – Csapó K. (2006): Gyakorlati vállalkozásoktatás – Diákvállalkozások támogatása a Budapesti Corvinus Egyetemen. *Új Pedagógiai Szemle*, (10) 4: p. 72–83.
- Todorovic, Z.W. (2004): The framework of static and dynamic components: an examination of entrepreneurial orientation and university ability to teach entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, (17) 4: p. 301–316.
- Vesper, K.H. – Gartner, W.B. (1997): Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, (12) 5: p. 403–421.
- Vilmányi M. – Kovács P. (2008): Egyetemi – ipari együttműködések teljesítménye és lehetséges vizsgálati módszere. in: Lengyel I. – Lukovics M. (szerk.): Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében. JATEPress, Szeged: p. 62–90.
- Vilmányi M. (2011): Egyetemi-ipari együttműködések a kapcsolatmarketing nézőpontjából. *Vezetéstudomány*, (42) 1: p. 52–63.
- Wennekers, S., – Thurik, R. (1999): Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics*, (13) 1: p. 27–56.
- Wong, P.K. – Ho, Y.P. – Autio, E. (2005): Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, (24) 3: p. 335–350.

VEZETÉSTUDOMÁNY