

CSAPÓ Krisztián

AMERIKAI VÁLLALKOZÁSOKTATÁSI PÉLDÁK ADAPTÁCIÓJÁNAK LEHETŐSÉGE MAGYARORSZÁGON

Az elmúlt időszakban számos hazai tanulmány, cikk számolt be külföldi (elsősorban nyugati) vállalkozás-
oktatási tapasztalatokról (ld. Mihályi, 2001; Kiss, 2005). Az olyan publikációk azonban, melyek a külföldi
tapasztalatok bemutatásán túl a hazai adaptálásról, illetve annak lehetőségéről számolnak be, hiányoznak.
A szerző dolgozatában három amerikai egyetem vállalkozásoktatási módszereiről számol be; majd a vállal-
kozásoktatás helyzetének hazai felsőoktatási intézményekben való rövid bemutatását követően azzal foglal-
kozik, hogyan tudják ezeket a módszereket az oktatásban hasznosítani a Budapesti Corvinus Egyetemen.

Kulcsszavak: vállalkozásoktatás, felsőoktatás, USA, Magyarország

A vállalkozásoktatás szerepe a múlt század második fe-
lében folyamatosan felértékelődött a világ fejlett orszá-
gainak egyetemlein. Azóta, hogy 1947-ben úttörőként a
Harvard Business School meghirdette az első, nevében
is vállalkozási tárgyat, az „Új vállalkozások menedzs-
mentjét” (Cruikshank, 2005), burjánzásnak indultak az
ilyen kurzusok (Penaluna et al., 2006). Jól szemlélteti
ezt a folyamatot az az adat is, hogy míg 1970-ben csu-
pán 16 amerikai felsőoktatási intézmény kínálatában
szerepeltek vállalkozási kurzusok, 1995-re ez a szám
meghaladta a 400-at. 2000-ben pedig a felsőfokú kép-
zéssel foglalkozó intézmények közül 1400 hirdetett
ilyen tárgyat (ISBA, 2004). A vállalkozói képzés fel-
értékelődését jelzi, hogy ma már elképzelhetetlen az,
hogy egy jó nevű egyetem kínálatában ne szerepelje-
nek vállalkozási kurzusok.

Ennek a folyamatnak a hátterében a megnövekedett
kereslet áll. A világ fejlett országaiban a fiatalok
egyre nagyobb része szerez felsőfokú végzettséget.
Európában is egyre több friss diplomás kerül ki az
iskolapadból úgy, hogy belátható időn belül nem ta-
lál állást. A kormányzatok erre megoldásként egyre
többször – jobb alternatíva hiányában – a vállalko-
zói létet jelölik ki a diákok elé követendő útként, és
vállalkozások alapítására ösztönzik őket (Matlay,
2005). A kisvállalkozás-politika az Európai Unió-
ban (EU) egyre nagyobb szerepet kap, ugyanis míg

a nagyvállalati szféra esetében jelentős alkalmazot-
ti létszámnövekedés nem valószínűsíthető, a kis- és
középvállalati (KKV) szektor lehet a kulcs az unió
munkanélküliségének felszámolásához (ld. Román,
2006). Ehhez az EU-országok vállalkozói aktivitásá-
nak növelését is el kell érni.

Mint azt a Global Entrepreneurship Monitor
(GEM) konzorcium 2004-ben végzett felmérése is
alátámasztja, az angolszász országok (kiemelten igaz
ez az Egyesült Államokra) vállalkozói aktivitása
rendre meghaladja, majd kétszerese Európa hasonló
mutatójának¹ (Szerb, 2005). Ez részben magyarázatot
ad a térségek közötti növekedési különbségekre (ld.
Horváth et al., 2007). Ezért az EU-országok közös ér-
deke a kisvállalkozói szektor fejlesztése, támogatása,
mely az unió vállalkozáspolitikájában is megjelenik
(ld. Csapó, 2007a).

A vállalkozói szemlélet és aktivitás erősítése Euró-
pa számára különösen fontos, hiszen a vállalkozói akti-
vitás és ezzel összefüggésben az újonnan alakuló cégek
száma Európában hagyományosan alacsonyabb, mint
az Egyesült Államokban (De, 2001). A vállalkozói lét
presztízse az Egyesült Államokban mindig is nagyobb
volt, mint Európában, ahol sokkal inkább kockázatos
és bizonytalan cselekedetnek tekintették (és tekintik
ma is) az önállósodást és saját cég indítását (European
Commission, 2004b; Flash Eurobarometer, 2004).

A Flash Eurobarometer (2002) felmérése szerint az európaiak sokkal kockázatkerülőbbek a tengerentúliaknál, ugyanis az európai válaszadók 44%-a nem mer vállalkozásba kezdeni, ha felmerülhet a bukás kockázata. Az amerikai válaszadók között ez az arány csupán 29% volt. Európában messze többre tartják az alkalmazotti létet a vállalkozóinál (51%, illetve 45%), ezzel szemben az Egyesült Államokban az eredmény éppen fordított (34%, illetve 61%) (Flash Eurobarometer, 2004). Az eltérésre részben választ adnak a kulturális különbségek: míg az óceán túloldalán a „tanulj hibáidból” eszme érvényesül, és pozitívan értékelik, hogyha valaki ugyan elbukik vállalkozásával, de tanulva tapasztalataiból újat indít, addig Európában „bukott vállalkozóként” megbélyegzik, és az újrakezdésre nem kap esélyt. Sőt, a jogszabályi keretek miatt ilyenkor sokszor minden vagyonát is elveszítheti. Az amerikai szemlélet az EU-ban is kezd lassanként meghonosodni, jó példa erre Németország, ahol egy újabb törvénymódosításnak köszönhetően a magáncsőddel kapcsolatos intézkedések többsége (a fizetéseképtelenség bejelentése, a hitelezőkkel való kötelező egyeztetés, a bírósági eljárás) ingyenes a magánszemélyek számára. Ezzel a lehetőséggel a bajba került egyéni vállalkozók is élhetnek. Amerikában az oktatásban nagy hangsúlyt fektetnek a hallgatók kockázattűrő, kockázatvállaló képességének fejlesztésére, elfogadtatják velük, hogy nemcsak a pozitív példákban lehet tanulni (Csapó, 2007a).

A fentiek magyarázatot adnak arra, hogy vállalkozásoktatási programok fejlesztésekor miért az Egyesült Államokra tekint a legtöbb ország pozitív példaként. Cikkünkben a vállalkozásoktatás néhány kérdésének áttekintését követően három amerikai egyetem vállalkozási programját mutatjuk be, arra fókuszálva, hogy mi ezekből az, amit a magyar gyakorlatba átültethetőnek tartunk. Beszámolunk arról is, hogy eddig mit sikerült megvalósítanunk a Budapesti Corvinus Egyetemen, illetve milyen továbbfejlesztési lehetőségeket látunk.

A vállalkozásoktatás legfőbb kérdése

A szakirodalomban a mai napig visszatérő vitatéma, hogy vállalkozónak születni kell-e, vagy a vállalkozói létre nevelni is lehet. A vállalkozók többsége az első, míg az akadémiai, oktatói szféra az ezzel ellentétes, második álláspontot képviseli. Az oktatók – elismerve azt, hogy nem alkalmas mindenki vállalkozónak – azzal érvelnek, hogy hiába van meg valakiben rejtetten a vállalkozóvá válás képessége, ha olyan környezetbe, kultúrába kerül, ahol ez elsikkad. Ezeknek a rejtett vállalkozói képességeknek a felszínre hozásában látják az akadémiai szak-

tor szerepének jelentőségét (Kuratko, 2003). Számos tanulmány számol be sikerről a vállalkozói létre nevelés, a vállalkozások indításának oktatás általi bátorítása terén (Gorman et al., 1997). A vállalkozásoktatás szerepét látszanak alátámasztani kutatások is: Davidsson (1995) a vállalkozásindítást befolyásoló tényezőket vizsgálva arra a következtetésre jutott, hogy az olyan jellemzők, mint a képzettség, szakmai ismeretek és tapasztalatok (azaz tanulható és fejleszthető dolgok) legalább annyira befolyásolják azt, hogy valaki vállalkozó lesz-e, mint a velünk született személyes tulajdonságok.

A „vállalkozónak csak születni lehet” álláspont képviselői is egyetértenek abban, hogy ezek a kurzusok, ha nem is nevelnek vállalkozót minden diákból, nagyon sok hasznos, praktikus, az élet bármely területén elhelyezkedve hasznosítható ismeretet megtanítanak. Az órák keretében megismert vállalkozói szemlélet a hallgatók mindennapi viselkedésére és magatartására is hatással van (Csapó, 2007b).

További vita tárgyát képezi, hogy ki oktasson. A vállalkozók szerint erre a feladatra csak olyan személyek alkalmasak, akik maguk is rendelkeznek jelentős vállalkozói tapasztalattal. Az akadémiai szféra ezt nem tartja kötelezőnek, bár elismeri, hogy szerencsés, ha az oktatónak magának is van vállalkozói tapasztalata. Abban egyetértenek a vállalkozókkal, hogy az oktatás sokkal hitelesebb, ha valaki a saját élményeit osztja meg a hallgatókkal. Ugyanakkor erre a feladatra a vállalkozókat sem mindig tartják alkalmasnak, hiszen ők általában pedagógiai gyakorlattal nem rendelkeznek, így gyakran megesik, hogy nem azokat az ismereteket adják át a hallgatóságnak, mely számukra a legfontosabb lenne. Köztes megoldásként terjedt el az a gyakorlat, hogy vendégelőadóként vállalkozók besegítenek az oktatásba, de moderálásukat, a tanulságok levonását és természetesen az órák szervezését továbbra is az oktatók végzik. Az oktatást a vállalkozókra azért sem lehet rábízni, mivel ők cégüket vezetik, és bármikor közbejöhethet olyan probléma, melyet meg kell oldani. Olyankor pedig kevés vállalkozó tud nyugodt lelkiismerettel órát tartani, ha közben cége problémái lebegnek a szeme előtt.

A vállalkozási kurzusok típusai

A felsőoktatási intézmények kínálati palettáján megjelent számos vállalkozási kurzus/program jelentős heterogenitást mutat. Egyesek csak elméleti ismeretek átadására törekszenek, mások már a vállalkozás elindítását ösztönzik, segítik; megint mások ezen is túlmutatnak, és már működő vállalkozásoknak szólnak. Ezeket az eltérő kurzuscsoportokat hasonlítja össze az 1. táblázat (Jamieson, 1984).

A vállalkozási kurzusok/programok fajtái

| | „Oktatás a vállalkozásokról” | „Oktatás a vállalkozásért” | „Oktatás a vállalkozásban” |
|----------------------------|---|---|---|
| Oktatás tárgya | elméleti ismeretek | elméleti és gyakorlati ismeretek | gyakorlati ismeretek |
| Alapvető cél | vállalkozói lét megkedveltetése | vállalkozás elindításának segítése | vállalkozás működtetésének segítése |
| Célközönség | mindenki | vállalkozási lét iránt érdeklődők | vállalkozók |
| Oktatási módszerek | elméleti kurzusok | elméleti kurzusok, szimulált, illetve valós vállalkozások | mentorálás, coaching |
| Jellemző tantárgyak | vállalkozási alapismeretek, kisvállalati politika | üzleti tervezés, vállalkozások menedzsmentje | finanszírozáskeresés, szellemi termékek védelme |

Forrás: Saját szerkesztés Jamieson (1984) nyomán

Az első csoportba a vállalkozásokról oktató, elsősorban elméleti kurzusok tartoznak. Ezek is többfélék lehetnek: ide tartoznak egyfelől az egyre népszerűbb vállalkozási alapismereteket oktató, alapozó, kedvcsináló tárgyak, melyek egyrészt azt tűzték ki célul, hogy azok a hallgatók is megismerjék a vállalkozások világát, akik tudják magukról, hogy sosem fognak saját céget alapítani. Másrészt céljuk, hogy a hallgatók figyelmét felkeltse a vállalkozási téma iránt, és arra motiválják őket, hogy vegyenek fel további tantárgyakat, illetve kezdjenek el saját vállalkozás alapításán gondolkodni. A tantárgyak másik csoportja (mint például a vállalkozások a gazdaságban, regionális gazdaságtan, vállalkozáspolitikai) arra képez, hogyan kell „törődni” a vállalkozásokkal, melyek a szektor jellegzetességei. Ezek a kurzusok azoknak szólnak, akik a későbbiekben a vállalkozások világában nem mint vállalkozók, hanem mint gazdaságpolitikai döntéshozók lehetnek érintettek.

Az „oktatás a vállalkozásért” programok célja a vállalkozásalapításra való ösztönzés, ezért már mind elméleti, mind pedig gyakorlati tudás átadását felvállalják. Az előbbire példák a finanszírozási, üzleti tervezési tantárgyak, ahol a hallgatók még elsősorban olyan elméleti ismereteket szereznek, melyet később a gyakorlatban is hasznosítani tudnak. A programok másik csoportja a szimulált vagy valós vállalkozásokon keresztüli oktatás. Ilyen például a középfokú oktatásban a Junior Achievement diákvállalkozási, vagy a felsőoktatásban a Budapesti Corvinus Egyetem (BCE) „Hallgatói Spin off modell” (HSM) programja².

Az „oktatás a vállalkozásban” kategóriába sorolt programok már ezen is túlmennek, és már ténylegesen létező vállalkozások vezetői (a vállalkozók) számára hirdetik meg őket. Alapvető céljuk, hogy segítsenek a vállalkozás növekedési pályára állításában. A cél ugyanis nem a csupán az alapítót és szűkebb környezetét eltartani képes ún. „életmód-vállalkozás” (ld. Timmons

et al., 2007) létrehozása, hanem egy olyan cégé, mely számos munkahelyet teremt, adót fizet, így hozzájárul a gazdaság fejlődéséhez. Az ilyen cégek létrehozásában a gazdaságpolitikuskok is érdekeltek, hiszen mint Szerb László és szerzőtársai is írják, „az új vállalkozások nagy száma önmagában nem garancia a dinamikus gazdasági növekedésre, a mennyiségnél sokszor fontosabb a minőség” (Szerb et al., 2004: 680. o.). Idetartoznak például a finanszírozással (elsősorban üzleti angyal és kockázati tőkés befektetők keresésében segítő) és a szellemi termékek védelmében segítő tárgyak.

Nyugati példák

A következőkben az Egyesült Államok egyetemien szerzett tapasztalatainkról számolunk be, azokra az aspektusokra koncentrálva, melyek véleményünk szerint sikerrel lehetnének átültethetők a hazai gyakorlatba. Az elmúlt év során három amerikai egyetem vállalkozás-oktatási programjával ismerkedhetek meg kollégáink, melyek a Pennsylvania State University (PSU), a Harvard Business School (HBS) és a UC Berkeley. Míg az első egyetemen a mi képzésünknek megfelelő 3. évfolyamos diákok számára meghirdetett kurzusokat ismerünk meg, a Harvard és Berkley inkább az MBA-szintű vállalkozási kurzusai bemutatását tartotta fontosnak. Az ilyen MBA-képzésekre általában már komoly szakmai tapasztalattal rendelkező hallgatók jönnek, akiknek a gyakorlati tudásukra alapozhatnak az oktatás során.

Vállalkozásoktatás a Pennsylvania State Universityn

Csapatmunka, verseny

A PSU-n a „Technológiai alapú vállalkozások” (Technology Based Entrepreneurship) kurzus keretein belül a kreativitás mellett nagy hangsúly helyeződik a csoportos munkára: a félév során 2-3 hetes időszakon-

ként új feladatokat kell teljesíteniük a hallgatói csapatoknak. A csoportmunkát, a kommunikációs képességeket azzal is fejlesztik, hogy gyakran nem egy-egy egymást már ismerő baráti kör áll össze a félév során a feladatok teljesítésére, hanem az oktató válogatja össze a csoportokat. Sőt, minden feladatnak újonnan kialakított csoportok vágnak neki, ezzel a hallgatók új kapcsolatokat építenek, megismerik egymás gondolkodását, ötleteit, szakmai hátterét. Így elkerülhető az, hogy valaki egy szorgalmasabb csapathoz csatlakozva a félévet minimális munkával teljesítse, és az is, hogy egy gyengébb összetételű csoport a szemeszter során végig „vesztesen kerüljön ki” minden feladatból, ezzel tagjai gyorsan elveszítsék motivációjukat. Minden feladat versenyfeladat. Az értékelést sokszor az üzleti szférából érkező sikeres vállalkozók, menedzserek, kockázati tőkések végzik, akik saját vállalkozói tapasztalataik, befektetői preferenciáik alapján döntenek. A félév végi érdemjegyet döntő mértékben az alakítja ki, hogyan teljesítenek egymáshoz képest a hallgatók. A diákok ezt az osztályozási módot korrektnek tartják, hiszen tudják, hogy a való életben is a jobbak, az ügyesebbek érvényesülnek. Ezért mindent megtesznek a magasabb pontok megszerzésének érdekében.

Futurisztikus újrámű, kreatív ötletek

A kurzusok teljesítésekor nagyon sok gyakorlati – valódi életből származó – feladattal szembesülnek a diákok. A hallgatók kreativitásának fejlesztésére az egyik legjobb feladat az, melynek keretében értéktelen, használaton kívüli, hulladék eszközöket kellett összegyűjteniük, ezekből valamilyen terméket készíteniük, majd ezt értékesíteniük. Az a csapat nyer, amelyik a legtöbb pénzt keresi ezzel. Érdekes módon a hallgatókban fel sem merül, hogy a könnyebb végén fogják meg a dolgot, és tehetős szülőket, barátokat kérjenek meg termékeik magas áron való megvásárlására. Nagyon komolyan veszik a versenyt, mindent megtesznek a győzelemért. Ha mégis veszítenek, akkor igyekeznek társaik példájából és saját hibáikból tanulni. Termékeiket a helybelieknek próbálják eladni: forgalmas helyen kiállítják, majd az arra járóknak kínálgatják eladásra. Készült már így futurisztikus újrámű és vízi jármű is.

Miből lesz a cserebogár...

A félév másik kedvelt feladata, hogy három hét alatt saját termék vagy szolgáltatás értékesítésével tegyenek szert minél nagyobb nyereségre a csapatok. Az egyenlő esélyek biztosításához minden csapat 50 dollárt kapott az oktatótól, ezt a kezdeti befektetést kellett megszorozniuk. A diákok kreatív ötletekkel álltak elő: az

egyik csoport húsvét előtt tojás alakú csokit és süteményeket készített; mások saját készítésű egyetemi emléktárgyakat (az egyetem nevezetes pontjairól készült bekeretezett fotókat) készítettek és árultak. Volt olyan csapat, amelyik az egyetemi focicsapat sztárjainak fényképét értékesítve próbálta a versenyt megnyerni. A legsikeresebb csapat „PowerHourDVD” nevű termékkel lépett piacra: internetről legálisan letölthető videokliprészletekből készítettek egy egyórás DVD-filmet, melynek célja a bulik előtti hangulat fokozása: amikor a DVD egy újabb számra vált, a nézőknek inniuk kell – ezzel elég gyorsan emelkedetté válik a hangulat. A DVD-k darabját 5 dollárért árulták, előállítási költségük (a saját munkát nem számítva) kevesebb, mint egy dollár volt. A termék iránti kereslet a hallgatók minden korábbi elképzelését felülmúlta: az egyetemi kollégiumokban, ahol árulták ezeket, akkora tetszést arattak, hogy minden 5. diák vett belőlük. Így 5 nap alatt (a többi idő a konstrukció kitalálására és a lemezek legyártására ment el) közel 1500 dollárt kerestek vele. Volt még csapat, amelyik házibuli, mások középiskolás diákok számára hétfégi programok szervezésével próbáltak bevételre szert tenni. Ezek az ötletek hosszú távon valószínűleg sikeresek lettek volna, azonban az idő rövidsége miatt kevés alkalmuk volt ilyen programmal előállni – ezért a bevételük is kevesebb lett.

Hallgatóból vállalkozó, vállalkozóból milliomos

Persze a hallgatók is tudják, hogy egy-egy ilyen háziverseny megnyerése még nem garancia arra, hogy az életben is ilyen sikeresek lesznek. Néhány évvel korábban a kurzust hallgatta és vett részt ebben a versenyben az a diák is, akinek az ötlete a kurzus keretében ugyan nem végzett a legjobbak között, ma mégis egy közel hárommillió dollárt érő vállalkozás tulajdonosa. Társával az az ötletük támadt, hogy milyen hasznos lenne, ha az USA-ban oly népszerű plató pick-up kisteherautókhoz különféle platófedeleket gyártanának, amelyek lehetőséget biztosítanak a plató többcélu hasznosítására (például szerszámok tárolására, egyéb eszközök szállítására). Amerika a hatalmas méretek földje (minden jóval nagyobb, mint Európában), ezért nem meglepő, hogy a legfelkapottabb termékek napjaikban az a platófedő, amire egyszerre két quaddal is fel lehet hajtani, és így lehet szállítani ezeket. A hallgató diplomája megszerzését követően nem alkalmazottként helyezkedett el, hanem belevágott a kurzus keretében felmerült ötlete megvalósításába. Az ötlet olyan jónak bizonyult, hogy 3 év elegendő volt vállalkozása felfuttatására: jelenleg a legtöbb amerikai nagyvárosban van viszontértékesítő partnere, és a nemzetközi terjeszkedésen gondolkodik.

A Harvard Business School vállalkozásoktatási gyakorlata

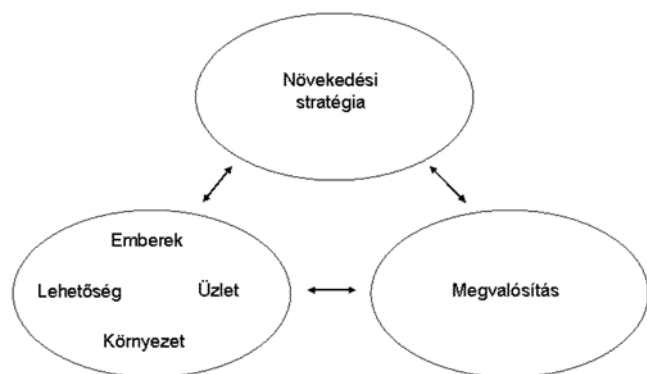
Mint a bevezetőben is írtuk, az első egyetemi vállalkozási kurzust a Harvard Business Schoolon hirdették meg 1947-ben. A vállalkozási tárgyak jelentősége az érdeklődésnek köszönhetően azóta tovább nőtt. A végzett hallgatók körében végzett felmérések azt mutatták, hogy a diploma megszerzését követő öt éven belül egyre többen kezdenek saját vállalkozásba, vagy valamilyen más, vállalkozásokkal foglalkozó területen (elsősorban kockázati tőkés cégnél) helyezkednek el. Erre válaszként az MBA-programjuk kötelező tárgyává tették az „Entrepreneurial Management” című vállalkozási kurzust.

A Harvard szakította „vállalkozó” szó hagyományos jelentésével, a gazdasági funkciót, illetve tevékenységet ellátó személlyel való azonosítás helyett az egyfajta irányítási magatartást, szemléletet felmutató egyént jelenti (HBS, 2006). Ezért a hangsúlyt az oktatásban nem a vállalkozás megalapításáig terjedő folyamatra, hanem a szervezet működtetésére helyezik. A vállalkozást egy soha véget nem érő folyamatnak tekintik, mely az ötlet (lehetőség) felismerésétől az erőforrások megszerzésén, a lehetőség kihasználásán keresztül a betakarításig, illetve újratevésig tart.

A Harvardon a vállalkozást hármasságban tárgyalják, mint azt az 1. ábra is mutatja. Egyrészt a kiindulási tényezők szerepére hívják fel a figyelmet, melyek nélkül elképzelhetetlen a vállalkozás. Ezek az üzleti *lehetőségek*, melyet az *emberek* felismernek, illetve kedvező *környezet* esetén megvalósítanak, és ezzel megszületik az *üzlet*.

1. ábra

A vállalkozás fogalmi kerete a HBS szerint



Forrás: saját szerkesztés Vecsenyi (2006a) alapján

A második vizsgált kontextus a növekedési stratégia kialakítása. Hallgatóikat gyors növekedésű, gázlécégek létrehozására ösztönzik, ehhez pedig alapvető

fontosságú stratégiai tervek készítése a lehetőségek megragadására, az erőforrások (munkatársak, finanszírozási forrás) megszerzéséhez. A harmadik kontextust a növekedési stratégia kialakítását követő megvalósítás jelenti, azaz a tervekben leírtak véghezvitele. Az 1. ábrán szereplő három összetevő egymással szorosan összefügg, külön-külön nem értelmezhetőek, a sikerhez mindhárom léte szükséges.

A kurzusok középpontjában ennek a három tényezőnek a tárgyalása áll. A növekedési stratégiával összefüggésben az erőforrások (tőke) megszerzésére fókuszálnak, mivel a gyorsan növekvő vállalkozások egyik legnagyobb kihívását a gyors felfutáshoz szükséges források megszerzése jelenti. Ezért a kurzusok kiemelten foglalkoznak a forrásbevonás módszertanával, elsősorban üzleti angyal- és kockázatitőke-befektetőkre gondolva. Ezzel azt – a magyar vállalkozók számára sokszor idegen – gondolatot ültetik a hallgatóik fejébe, hogy „használd más erőforrását”³. Azaz arra tanítanak, hogyan lehet megvalósítani egy olyan üzleti lehetőséget, amelyhez a vállalkozónak nem áll rendelkezésre elegendő erőforrása.

Magyarországon idegennek hat a Harvard oktatóinak az az iránymutatása, hogy nyer-nyer szituációk megteremtésére kell törekedni. Előfordulhat, hogy egy-egy helyzetben a vállalkozónak lehetősége van üzlettársát kihasználni, azonban ez negatívan hat a hosszú távú üzleti kapcsolatra, így megbosszulhatja magát. Tapasztalatunk szerint hazánkban ez a szemlélet sokszor nem érvényesül, nálunk ehelyett a „dögöljön meg a szomszéd tehene is” hozzáállás a jellemző, azaz, ha nekem nem lehet hasznom valamiből, akkor a szomszédnak se legyen.

A Harvard Business School elsősorban MBA-programjáról híres, mely képzésre már komoly szakmai tapasztalattal rendelkező hallgatók jönnek. Az órák során erre a gyakorlati tudásra alapozhatnak az oktatók, ezért elsősorban az esettanulmány módszerre támaszkodnak, melynek az az üzenete, hogy „minden üzleti helyzet mögött van egy lehetőség” (Cruikshank, 2005: 230. o.). A hallgatók a hagyományos oktatás keretében azt várják el, hogy a tanár megmondja a helyes megoldást a problémára. Ezzel szemben az esettanulmány megoldása során egészen más a cél, a feladat a „tudom, hogy nem vagy minden információ birtokában, de az esetben leírtakra támaszkodva te hogyan döntenél?” kérdés megválaszolása. A tanulás folyamata a következő: az esettanulmányokból egyénileg készülnek fel a hallgatók, majd ezt kiscsoportban megvitatják. Ezt követően dolgozza fel az esetet az egész tankör közösen egy vezető oktató moderálásával. A tanár csak facilitálja az eseményeket: „tudom, hogy nem én vagyok a legoko-

sabb, azért vagyok, hogy benneteket moderáljalak”. Az órákon, melyre az oktatók nem ritkán több órát készülnek, akkor is, ha már számtalanszor tanították az esetet, a profizmus érvényesül. A nagy hallgatói létszám miatt gyakori megoldás, hogy egy időben, párhuzamosan, több szeminárium is fut egy-egy tárgyból. Ekkor alapvető elvárás, hogy az egyes oktatók tematikái, az órák felépítése között minimális legyen a különbség.

Az elmélet és gyakorlat összekapcsolásának egyik módja, hogy a hallgatókat gyakran küldik ki vállalkozásokhoz, ahol egy-egy projektet kell megoldaniuk csoportosan. Máskor a vállalkozókat hívják meg az órákra. A vendégelőadók azonban nem szabadon tartanak előadást arról, amiről kedvük van, hanem irányított kérdésekre válaszolnak, az oktató moderálja őket. Az órán a hallgatók is aktívan részt vesznek, ez szinte mindig beszámít az érdemjegyebe. Az órai munka értékelésében segít, hogy a szemeszter során minden diák mindig ugyanott ül, előtte áll névtáblán nagy betűkkel a neve. A tanár igyekszik minden hallgatójából már az első órára felkészülni, ezt segíti, hogy mindenkiről részletes személyes bemutatkozó szöveget kap (Vecsenyi, 2006a).

A Harvard Business School sikerének egyik kulcsa ma már a mögötte levő 65.000 fős alumni, melynek tagjai szívesen gondolnak vissza egyetemista éveikre, és közöttük hihetetlen nagy az összetartás. Aktív kapcsolatot tartanak fenn a HBS-sel, szívesen veszik, ha cégeik történetéről esettanulmányok készülnek az oktatás számára, melyet az oktatásban hasznosítanak, még akkor is, ha ezek valamilyen sikertelenségről, kudarcról számolnak be. Cégeik örömmel fogadnak hallgatókat egy-egy projekt megoldására, így nem az egyetemnek kell ilyen hallgatói feladatok után mennie, hanem megkeresések érkeznek hozzájuk.

A UC Berkeley technológiaalapú vállalkozásokra fókuszáló képzése

A UC Berkeley³ vállalkozási programjának fejlődésének irányát alapvetően befolyásolta az egyetem földrajzi elhelyezkedése: a high-tech cégeket vonzó Szilícium-völgy kapujában magától értetődő volt, hogy olyan programot kell kialakítani, mely egyrészt segít a technológiaalapú cégek elindításában, másrészt építhet a már meglévő vállalkozások nyújtotta előnyökre. A Berkeley vállalkozásoktatását alapvetően ez a technológiai fókusz különbözteti meg a másik két, korábban bemutatott egyetemétől. Az alapok sokban megegyeznek, így a PSU-hoz és a HBS-hez hasonlóan a Berkeley programja is nagy hangsúlyt fektet az üzleti lehetőség felismerésére, illetve a megvalósításhoz szükséges erőforrások megszerzésére. A vállalkozást ennek megfe-

lően olyan tevékenységként definiálják, mely nem más, mint egy „olyan lehetőség megragadása, melyhez az erőforrások jelenleg nem állnak rendelkezésünkre” (Stevenson – Gumpert, 1985). A vállalkozás tehát nem egyenlő a kisvállalati menedzsmenttel, hanem olyan tevékenységekről szól, melyek pillanatnyilag ugyan kisvállalati keretek között valósulnak meg, de ezek a cégek szerencsés esetben nagyon gyorsan nagyok lesznek. Nagyra törő lehetőségek megragadásáról szól, melynek során gyakran nemcsak valamely új technológián alapuló termék vagy szolgáltatás fejlesztése és piaci bevezetése a cél, hanem sokszor az igazi kihívást az jelenti, hogy a piacot is meg kell teremteni ehhez (Engel et al., 2006a).

A vállalkozás egy folyamat, melyet elemezni, megérteni, és az arra fogékony hallgatóság számára tanítani lehet. A Berkeley oktatói is osztják azt az álláspontot, hogy csak abból lehet vállalkozót faragni, akiben megvan ennek a csírája. Az oktatás szükségessége abban rejlik, hogy segít ezeket a képességeket a felszínre hozni, ezáltal növeli a vállalkozói karrier választásának valószínűségét. A vállalkozói siker valószínűsége is növelhető azáltal, hogy azokat is oktathatják, akik nem lesznek ugyan vállalkozók, de vállalkozásokkal foglalkoznak mint tanácsadók, könyvelők, ügyvédek, befektetési bankárok vagy kockázati tőkések. Az órák keretében ők is megismerik a vállalkozási folyamatot, és megértik, milyen kihívásokkal szembesülnek a vállalkozók. Így amikor kapcsolatba kerülnek vállalkozótársaikkal, sokkal nagyobb a valószínűsége annak, hogy mindkét felet elégedettséggel eltöltő üzletet sikerül kötni (Engel et al., 2006a).

A vállalkozási folyamat – ahogy a Berkeleyyn oktatják – egy szükséglet felfedezésével indul, melyre valamely termék vagy szolgáltatás megoldást jelent. Ha ennek létezik vagy megteremthető a piaca, amelyen nyereséggel értékesíthető, akkor érdemes belevágni ebbe az üzleti lehetőségbe. Ahhoz, hogy ennek a terméknek/ szolgáltatásnak az értékesítésére alapozva a létrehozandó vállalkozás sikeres legyen, szükség van valamilyen versenylőnyre, amely lehet know-how, szabadalom, személyes kapcsolatok, fogyasztókkal való bánásmód ismerete, terjesztési tapasztalat stb. Mivel a Berkeleyyn elsősorban az új technológiákra alapozott vállalkozási ötletekre fókuszálnak, ezért a következő lépést a prototípus készítése jelenti. Legkésőbb ekkor el kell készíteni egy üzleti tervet, melynek kiemelten kell foglalkoznia a piaci bevezetés kérdésével, és azzal, hogy milyen erőforrásokra van szükség. Az üzleti terv alapul szolgál ezeknek a kritikus erőforrásoknak (elsősorban a tőkének és az alkalmazottaknak) a megszerzéséhez. Mivel ezeket sikerült teljesíteni, akkor indulhat a termék/szol-

gáltatás előállítása és a piaci bevezetése. Ha kiderül, hogy a vállalkozási ötlet átütő siker, akkor sincs vége a folyamatnak, ugyanis a versenyelőny megőrzéséhez és a piacon maradáshoz elengedhetetlen a vevőkkel való folyamatos kapcsolattartás, a velük való jó kapcsolat kialakítása. A piacon végbemenő trendeket is nyomon kell kísérni, meg kell érteni a változásokat, és igazodni kell az új kihívásokhoz.

Míg a Harvard nagy előnye az alumniban rejlik, addig a Berkeley esetében a Szilikon-völgy közelsége jelenti ezt. Az elméleti oktatás könnyen összekapcsolható a gyakorlattal: egyrészt vállalkozókat, gyakorlati szakembereket vonnak be az oktatásba, másrészt az oktatással foglalkozó egyetemi szervezeti egység köré számos olyan gyakorlatias programot építettek, mely a hallgatók készségeit fejlesztheti. A legfontosabbak a következők:

A Berkeleynek is van **üzletiterv-versenye**, de amivel kiemelkedik a többi intézmény közül, az az, hogy nekik nemcsak a hagyományos cégekre kialakított versenyük van, hanem külön megmérettethetik magukat a napjainkban egyre inkább terjedő gondolatot hordozó szociális vállalkozások⁴. A zsűriben üzleti angyalok és kockázati tőkések is helyet kapnak. A hallgatók motivációját növeli a jó szereplésre, hogy a legjobbak befektetést is szerezhetnek egyúttal ötletük megvalósításához.

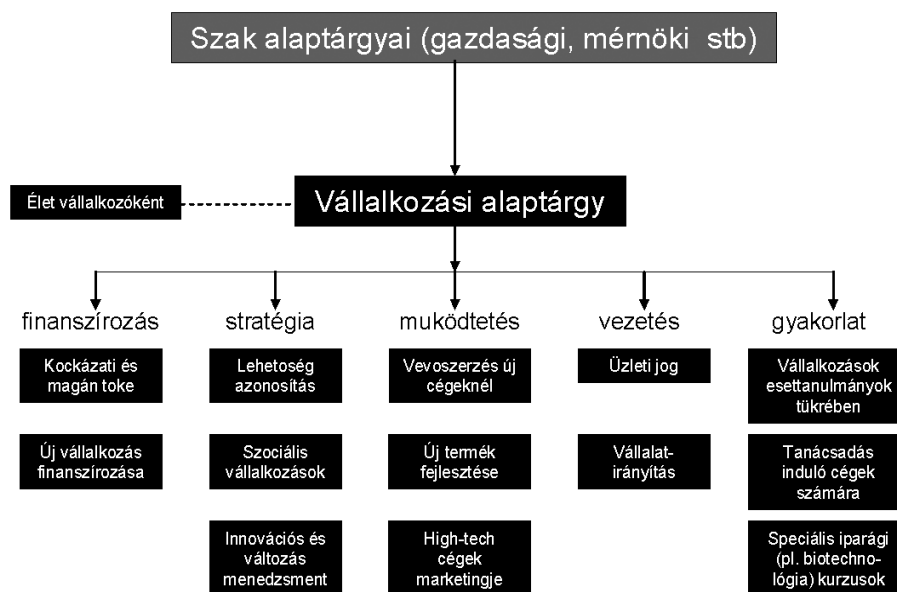
Az egyetem egy alacsony költséggel fenntartható **inkubátorszolgáltatást** is kínál az induló cégek számára: ez nem más, mint egy nagyobb irodahelyiség egyik épületük aljában, ahol egy kommunikációs eszközökkel (internetre kötött számítógép, telefon, fax) felszerelt terem és tárgyalók állnak rendelkezésre. Tanácsokért az oktatókhoz fordulhatnak a hallgatók, így ezzel a megoldással a költségeket alacsonyan lehet tartani. A múlt tapasztalatai alapján évente átlagosan 20 start-up cég alakul a vállalkozásoktatásért felelős Lester Center környékén. A legjelentősebbek között van a tevékenységét Keyhole néven megkezdő cég, melyet a Google néhány éve felvásárolt, és azóta a Google Earth szolgáltatás alapját képezi. Az Inktomi internetes keresésre szakosodott vállalkozást pedig a Yahoo találta megvásárlásra érdemesnek, és fejlesztéseit beépítette saját keresőszolgáltatásába.

Az üzletiterv-versenyek és az inkubátorszolgáltatás mellett számos olyan kezdeményezés van, mely összehozza az üzleti és az egyetemi szférát. Ilyen az immár 16 éve működő **vállalkozói klub**, mely eseményeken a hallgatók ismerkedhetnek meg sikeres környékbeli vállalkozókkal, tanulhatnak tapasztalataikból. A Harvardhoz hasonlóan a kurzusok keretein belül különböző vállalkozásoknál töltenek rövidebb-hosszabb időt a hallgatók, és dolgoznak különféle projekteken.

A vállalkozásoktatási program bázisa egy alapozó tárgy, melyet minden érdeklődőnek el kell végeznie. Ezt követően választhatnak a hallgatók 5 alapvető területhez tartozó kurzusokból (ld. 2. ábra). A tárgykinálat jellemzője, hogy sokkal részletesebben tárgyalnak egy-egy témakört, mint nálunk Magyarországon, így külön tárgy keretében foglalkoznak a hallgatók az üzleti lehetőség azonosításával, illetve a kockázati és magántőkével is külön kurzus keretében ismerkedhetnek meg.

2. ábra

A UC Berkeley vállalkozásikurzus-kínálata



Forrás: Engel et al. (2006b)

A vállalkozásoktatás helyzete Magyarországon

Mielőtt rátérünk a fentiekben bemutatott külföldi példák magyarországi adaptációjának lehetőségeire, rövid áttekintést adunk a vállalkozásoktatás helyzetéről a hazai főiskolákon és egyetemeken.

Napjainkra a vezető hazai felsőoktatási intézmények többségében elérhetőek a vállalkozói kurzusok a hallgatók egyre szélesebb köre számára (ld. Szerb – Márkus, 2006; Román, 2006). Ezt mutatja a „Collegiate Entrepreneurship” kutatás keretében a magyar egye-

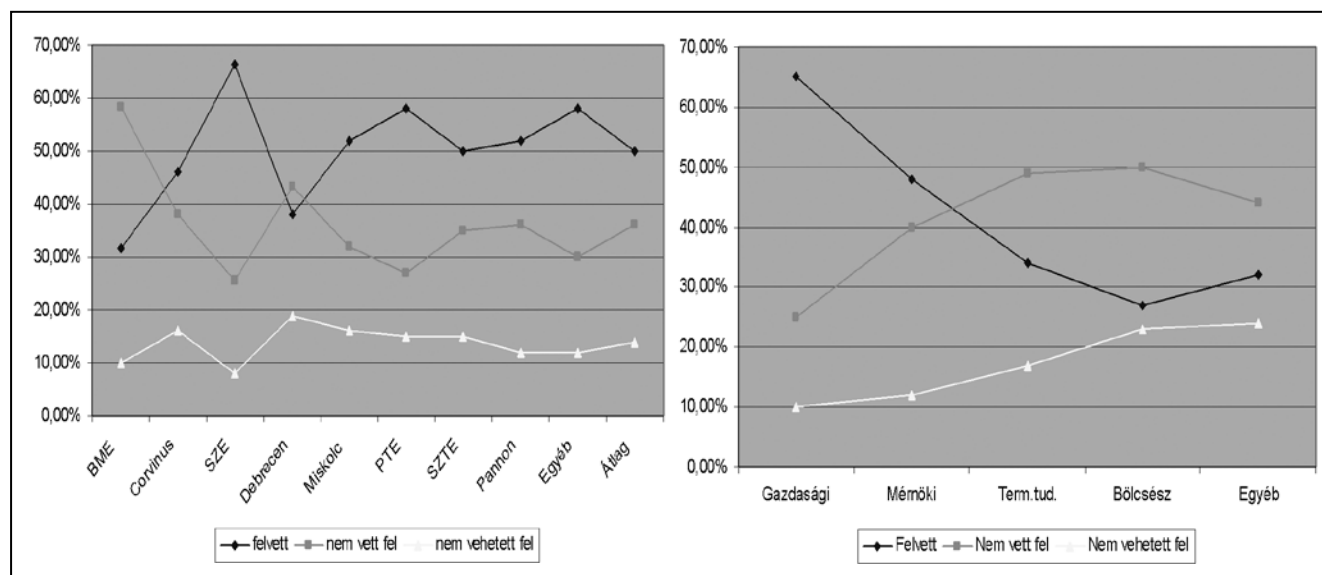
temek között végzett felmérés is. A 3. ábrán egyrészt egyetemeken szerint, másrészt tudományterületek szerint láthatjuk a vállalkozói kurzusok látogatási arányát. Ez alapján megállapítható, hogy a gazdasági képzésekben részt vevő hallgatók helyzete a legjobb, közülük hallgattak legnagyobb arányban ilyen kurzust.

Az amerikai példák alkalmazása a Budapesti Corvinus Egyetemen

A Berkeley gyakorlatához hasonlóan néhány évvel ezelőtt a BCE-n is meghirdettek a hallgatók széles köre számára egy vállalkozói alapozó tárgyat, a Kisvállalko-

3. ábra

A vállalkozói kurzusok látogatási aránya a magyar egyetemeken, ill. szakcsoport szerinti bontásban (%)



Forrás: Szerb et al. (2006: 28. o.)

A kutatás hasonló eredményeket mutat, mint amelyeket korábban Román Zoltán (2006) publikált. Román Zoltán is a magyar felsőoktatási intézményeket vizsgálva megállapítja, hogy a gazdasági karok a vállalkozásokról alapismereteket mindenhol nyújtanak valamilyen kötelező tárgy (leggyakrabban az elsősorban nagyvállalati gazdálkodással foglalkozó vállalati gazdaságtan) keretében. A hallgatók többsége azonban nem gazdasági képzésben tanul. Ezeket a karokat Román a következő három csoportba osztja aszerint, hogy:

1. nem érzékelik vagy elutasítják az igényt a vállalkozási ismeretek nyújtására,
2. vállalkozási alapismereteket adnak rövid, kötelező vagy választható tárgy keretében,
3. bővebb vállalkozási ismereteket is nyújtanak kötelező (és választható) tárgyak keretében.

A karok kisebb része (elsősorban a műszaki képzést nyújtók) tartoznak csak a harmadik csoportba, így a vállalkozásoktatás terén még jelentős fejlesztési lehetőségek előtt áll a hazai felsőoktatási intézmények többsége. A külföldi gyakorlat számos olyan elemet tartalmaz, melyek hazánkban is sikerrel alkalmazhatóak. Ezeket a következőkben a Budapesti Corvinus Egyetem példáján mutatjuk be.

zások indítása és működtetése címmel, melynek célja az, hogy minél több hallgatót ismertessen meg a vállalkozások világával, keltse fel az érdeklődést a vállalkozói lét iránt. A kurzus iránti érdeklődés a várakozásokat messzemenően felülmúlta, ezért az első alkalommal 160 fős létszámkeretet folyamatosan emelni kellett, a kurzust így az elmúlt években már 350 hallgató veszi fel tanrendjébe. Elsősorban ez az a tárgy, ahol a Kisvállalkozás-fejlesztési Központ (KFK) oktatói a hallgatók szélesebb körével találkoznak, ezért ennek keretében van leginkább lehetőség széles körben újítások kipróbálására.

Érdekes tapasztalat volt, hogy az egymás mellett ülő hallgatók nem ismerik egymást, úgy ülnek le, hogy a szomszédoknak be sem mutatkoznak. Sőt, egymás neveit nem tanulják meg a félév végére sem. Így a kurzus fontos hozadékától, a személyes kapcsolatrendszerük fejlesztésének lehetőségétől esnek el. Ez pedig sokszor jól jöhetne számukra, ugyanis a bemutatkozásokkal rendre kiderül, hogy számos diák családjában van vállalkozás, és ezek akár egymás üzleti partnerei is lehetnének. Erre a Harvardon látott módszerek jelentették a megoldást: egyrészt mindenki kapott egy kétoldali névtáblát, melyet az asztalra maga elé kellett helyeznie, ezzel segítette azt, hogy mind az oktatók, mind a diáktársai is megismerjék és a nevéen szólíthassák. Először

nemtetszés fogadta azt a Harvardról átvett gyakorlatot is, hogy mindenki azonos helyen üljön a félév során, de ezt néhány óra után megszokták.

Bár vállalkozási kurzusra jelentkeztek a hallgatók, a félév elején az volt tapasztalható, hogy jelentős részük inkább hagyományos órát várt, és nem vette természetesnek, hogy az órához hozzá kell járulnia. Ennek leküzdésére játékos gyakorlatok keretében történtek próbálkozások. Az első órán például minden hallgatónak le kellett rajzolnia azt, ami a vállalkozó szó hallatán eszébe jutott, majd ezt a képet hallgatótársainak bemutatni. Ez is segített a feloldódásban. Ahol lehetséges volt, a többi óra elején is rövid, pár perces jégtörő játékokkal indítottak az oktató kollégák.

Az elmélet és gyakorlat összekapcsolására az előadásokra vállalkozókat hívnak meg. De attól a más tantárgyak esetében elterjedt gyakorlattól eltérően, miszerint a külső előadó beszél az egész óra során, ezzel mintegy mentesíti az oktatót, a vállalkozók az óra keretében csak egy-egy 25-30 perces blokkot kapnak, és az előadók irányított kérdések alapján számolnak be saját tapasztalataikról. Az előadó közben felhívja a hallgatóság figyelmét egy-egy fontosabb elhangzott gondolatra. Ez a fajta együttműködés lényegesen nagyobb felkészülést kíván mind az oktatótól, mind a vendégelőadótól, hiszen az oktató nem az órán találkozik először a vállalkozó slide-jaival, hanem együtt készülnek fel az órára, ami akár több órás közös munkát is igényelhet.

A kisvállalkozói fő szakirány kurzusai keretében már nagyobb önállóságra, más irányú feladatok végzésére is van lehetőség a kisebb, 35 fős létszámnak köszönhetően. A félév eleji, szervezetfejlesztő trénerek által szervezett, többnapos csapatépítő tréninget követően immár mindenki ismeri egymást, így a szervezeti ellenállás is kisebb. Az egyik innovatív módszer az oktatásban a PSU-val közösen meghirdetett Nemzetközi üzleti tervezés (International Business Planning) c. tárgy keretében valósul meg. A kurzust mindkét egyetemről 15-15 diák hallgatja. A hallgatóknak nemzetközi csoportokban különböző valós vállalkozási projekteken kell a félév során dolgozniuk, az eredményeket a szemeszter végén prezentálniuk. Az innovativitás abban rejlik, hogy az órák egy része videokonferenciákon keresztül zajlik, a két egyetem oktatói felváltva vezetik a szemináriumokat. A hallgatók közben a projekteken dolgoznak mind az óra keretében (ezt a gyakorlatot szintén az amerikai egyetemekről vettük át, ugyanis a hallgatói csoportok egyik legnagyobb problémája az órán kívüli találkozás megszervezése [Csapó, 2007c], így viszont tanár által felügyelt körülmények között tudnak együttműködni), mind ezen kívül, amennyiben a feladat jellege miatt (pl. utánjárást igényel) ez nem megoldható.

A vállalkozások menedzsmentje kurzus óráin sikeres vállalkozók adják át tapasztalataikat a hallgatóságnak, állítanak pozitív példát saját életútjuk bemutatásával. A kurzus fókuszában a vállalkozók vannak, beszámolóikhoz az elméleti órák adnak fogalmi keretet. Az egyetemen megszokott tárgyaktól eltérően itt nem a tankönyvekből elsajátítható elméleti tudást kell a hallgatóknak hasznosítaniuk, hanem éppen ellenkezőleg, a megismert esetekből, gyakorlatból kell általánosítást levonniuk, és egy esszé formájában megfogalmazniuk, melyek voltak azok a gondolatok, melyeket a vállalkozóktól tanultak, és maguk is alkalmazni tudnak.

A Berkeleyhez és a Harvardhoz hasonlóan a Kisvállalkozás-fejlesztési Központ is felismerte a külső környezet szerepét, ezért olyan programokat, kapcsolatokat igyekszik kialakítani, melyek az oktatásban is hasznosíthatóak. Ennek egyik eleme a „Hallgatói Spin-off Modell” néven meghirdetett program, ami egyfajta „üzletépítő verseny”. Ez a hagyományos üzletiterv-versenyeken annyiban túlmutat, hogy itt nem az elméleten, hanem a gyakorlaton van a hangsúly. A program keretében a legjobb üzleti ötlettel és hozzá tartozó egyszerűsített üzleti tervvel pályázó hallgatók anyagi támogatást is kapnak vállalkozásuk elindításához, de ami ennél fontosabb, minden cég kap egy-egy tapasztalt mentort, aki gyakorlati tanáccsal látja el őket (ld. bővebben: Szirmai – Csapó, 2006, illetve Csapó, 2007b). Az elbírálásnál az ötlet és az eltökéltség a legfontosabb, az üzleti tervnek kisebb szerepe van. Azon túl, hogy a KFK támogatásával számos ilyen diákvállalkozás jön létre, a projektnek tovaryűrűző hatása van, a programban részt vevő hallgatók (alumni) példája pozitívan hat társaikra. A mentori tapasztalatokat sikeresen használják fel az oktatás során, ezeket a vállalkozásokat állítva iskolapéldaként kurzusainkat hallgató diákjaink számára. A legjobb csapatok rendszeresen beszámolnak hallgatótársaiknak tapasztalataikról, a kihívásokról, melyekkel szembesültek. Az ifjú vállalkozók egymással is kapcsolatot tartanak, megosztják élményeiket, sőt arra is volt már példa, hogy egymással kötöttek üzletet (Csapó, 2007b).

Munkatársaink egy része aktív szerepet vállalt az Ifjú Vállalkozók Magyarországi Szövetsége (YES Hungary) megalakításában, mely szervezet alapító tagjai között vannak a HSM- programunk legsikeresebb vállalkozói is. Az itt megismert fiatal vállalkozók szívesen jönnek előadásokra, mutatnak pozitív példát a hallgatóknak. Hallgatói visszajelzések ugyanis azt támasztják alá, hogy a diákok sokkal inkább azonosulni tudnak egy náluk csupán néhány évvel idősebb fiatal esetével, mint a náluk sokkal idősebb vállalkozókéval.

Újabb lehetőségeket fog a központ számára jelenteni, ha az egyetem Regionális Egyetemi Tudásközpontja megkezdi tényleges működését, az első kutatási eredmények a piacon értékesíthetők lesznek, vagy ezek létrejövő spin-off vállalkozások alapját fogják képezni.

A nemzetközi gyakorlat átvételét, megismerését segíti a központ vezetésével létrehozott ERENET hálózat, mely a környező országok vállalkozáskutatással és oktatással foglalkozó felsőoktatási intézményeinek oktatóit fogja össze. Az ERENET keretében szervezett kutatási projektek, műhelyviták mind-mind hozzájárulnak a KFK tudásbázisának növeléséhez.

Zárógondolatok

Mint a fentiekben láthattuk a Corvinus Egyetem példáján, számos olyan, Amerikában megismert, a vállalkozásoktatásban alkalmazott módszer van, melyet itthon is sikerrel tudunk alkalmazni. A zárógondolatok között továbbfejlesztési lehetőségeket fogalmazunk meg, illetve kijelölünk néhány olyan feladatot, melyet a jövőben meg kellene oldanunk a hatékonyabb vállalkozásoktatás érdekében.

A három amerikai egyetem általunk megismert vállalkozásoktatási programjának közös jellemzője, hogy elsősorban nem konkrét ismeretek megtanítására törekednek, hanem, mint Mihályi Ildikó is írta, „a vállalkozói viselkedésmód, a jellegzetes üzleti magatartás elemeit oktatják a résztvevők számára” (Mihályi, 2001)⁵. Kisebbségi hallgatói létszámok esetén lehetőség lenne az oktatás ebbe az irányba való továbbfejlesztésére. Hasonlóan fontos lenne, ha egy-egy órán nemcsak közgazdászhallgatók lennének, hanem az egyetemünk természettudományi képzésére járó diákokat is be lehetne csalogatni⁶. Ekkor a különböző háttérű diákok még izgalmasabb üzleti ötletekkel állnának elő. Ez a BCE-n a „Bologna konform” BA szakok beindulásának köszönhetően hamarosan megvalósulhat.

Meg kellene fogadnunk David F. Kuratko (2004) tanácsát is, aki arra hívja fel a figyelmet, hogy vállalkozási ismereteket olyan oktatók tudnak hatékonyan tanítani, akik legalább szemléletüket tekintve maguk is vállalkozók. Az oktatókkal szemben elvárás az innovativitás, az újra való törekvés, melynek egyik megjelenési formája, hogy képesek legyenek újfajta oktatási módszerek alkalmazására, a technológia kezelésére. Kuratko erre példaként a videókonferenciát és a videoesettanulmányok felhasználását hozza fel.

Mint az Európai Unió „A vállalkozói készségek előmozdítása az oktatás és a tanulás révén” c. közleménye is megfogalmazza, „Az esettanulmányok és egyéb interaktív tanítási módszerek, illetve az üzletemberek

tanulási folyamatba való bevonásában rejlő lehetőségek messze nem kiaknázottak” (Európai Közösségek, 2006). Több felsőoktatási intézményen átfogó üzletiterv-versenyeket kellene hirdetni, melyek kiváló alkalmat teremthetnének arra is, hogy a hallgatók befektetőkkel találkozzanak.

A legtöbb hazai felsőoktatási intézménynél a vállalkozásoktatás továbbfejlesztése érdekében fontos lenne az üzleti szférával, ipari partnerekkel erőteljesebb kapcsolat kialakítására törekedni. Ennek egyik eszköze jelenthetik a Kooperációs Kutatási Központok, az Egyetemi Tudásközpontok. A Corvinus esetében ezt az Élelmiszertudományi Egyetemi Tudásközponton keresztül lehetne megvalósítani, ahol a KFK azt a feladatot vállalta fel, hogy segít az itt létrejövő kutatási eredményekre építő spin-off vállalkozások elindításában. A tudásközpont keretei között fokozottabban kellene az ipari kutatások piacán megjeleníteni (melyért a megbízók innovációs járulékkal fizethetnek). Ezek a kutatások lehetővé tennék egyrészt a kollégák ismereteinek folyamatos bővítését, frissítését, másrészt az eredményeket az oktatásban bemutatva az órákat még színesebbé, érdekesebbé lehet tenni. A doktoranduszok empirikus kutatási eredményei lehetőséget nyújtanak arra, hogy a központ a tanácsadási területen is megjelenjen, a megszerzett tudást megpróbálja a piacon is értékesíteni.

Lábjegyzet

- ¹ A GEM a vállalkozói aktivitás mérésének átfogó mutatójaként a „Korai Fázisú Vállalkozói Aktivitási Mutatót” (KfV) alkalmazza. A KfV lényegében a 18–64 éves felnőtt népesség azon százalékának az összege, akiknek a születésük óta vállalkozása (valamit tettek a közeli cégalapítás érdekében), illetve akinek fiatal vállalkozása (42 hónappal nem idősebb) van (Szerb, 2005, 11. o., illetve Szerb et al., 2006).
- ² Ennek előzménye volt a „Vállalkozásbarát Egyetem – Vállalkozásképes Hallgatók projekt, melyről számos publikációban beszámoltunk. Bővebben ld. Csapó et al. (2005), Szirmai és Csapó (2006) illetve Csapó (2007b).
- ³ Ez a gondolat már a hazai felsőoktatásban is megjelent: „Entrepreneur uses other people’s money” hallhatják a Kisvállalkozások indítása és működtetése c. tárgy keretében a Budapesti Corvinus Egyetemen Vecsenyi Jánostól a hallgatók. Forrás: Vecsenyi (2006b).
- ⁴ A fogalom az angol „social enterprise” szó magyar fordítása. „A szociális vállalkozás elsődlegesen szociális célokkal bíró szervezet, mely nyereségét főként ettől a céltól – s nem a tulajdonosok vagy részvényesek profitmaximalizálási szempontjait figyelembe véve – vezérelve fekteti be újra üzleti tevékenységének vagy a közösség fejlesztésének érdekében” (Csoba, 2006).
- ⁵ A kompetenciafejlesztés fontosságára hívja fel a figyelmet többek között Tibor Ágnes (2006) közelmúltban megjelent cikke is.
- ⁶ Ezt már néhány hazai egyetem (pl. Miskolci Egyetem) megvalósította (ld. Szerb et al., 2006).

Felhasznált irodalom

- Csapó K. – Petheő A. – Szirmai P. (2005): Bepörög vagy kipörög? Figyelő, 49. évf., 49. sz., 54–55. o.
- Csapó K. (2007a): Gyorsan növekvő vállalkozások – A magyarországi helyzetkép. PhD-értekezéstervezet. Budapesti Corvinus Egyetem
- Csapó K. (2007b): Vállalkozásoktatás diákvállalkozásokon keresztül – tapasztalatok a Budapesti Corvinus Egyetemről. Vezetéstudomány, 38. évf., 4. sz., 30–42. o.
- Csapó K. (2007c): Csoportos munka – csoportos értékelés. Közgazdász, 48. évf., 4. sz.
- Csoba J. (2006): A szociális gazdaság szerepe a foglalkoztatásbővítésben. Előadás a FORTE Program keretében 2006. 03. 17-én, letöltve: http://hefopgordiusz.web.services.hu/forte/kepzes/a_szocialis_gazdasag_es_foglalkoztatasi_bovites.ppt 2007.08.05-én 18:41-kor
- Cruikshank, J.L. (2005): Shaping the Waves – A History of Entrepreneurship at Harvard Business School. Harvard Business School Press, Boston, MA
- Davidsson, P. (1995): Determinants of entrepreneurial intentions. Konferenciaelőadás, IX. RENT Workshop, 1995.11.23-24, Piacenza, Olaszország
- De, D. (2001): Fostering Entrepreneurship in Europe. In: Lundström, A., Stevenson, L. Entrepreneurship Policy for the Future: Volume 1 of the Entrepreneurship for the Future Series, pp. 107–130. Swedish Foundation of Small Business Research
- Engel, J.S. – Charron, D. (2006a): Technology Entrepreneurship Education. UC Berkeley, CA
- Engel, J. – Charron, D. (2006b): Technology Entrepreneurship Education – Theory to Practice. Intel – Berkeley vállalkozásoktatási szeminárium. Budapest, 2006. november 22–23.
- European Commission (2003c): Observatory of European SMEs 2003, No. 7
- European Commission (2004b): Helping to create an entrepreneurial culture – A guide on good practices in promoting entrepreneurial attitudes and skills through education, Luxemburg
- Európai Közösségek (2006): A közösség lisszaboni programjának végrehajtása: A vállalkozói készségek előmozdítása az oktatás és a tanulás révén. COM(2006) 33 végleges. Letöltve: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/hu/com/2006/com2006_0033hu01.pdf 2007. 08. 20-án 22:07-kor
- Flash Eurobarometer 134, „Entrepreneurship”, November 2002.
- Flash Eurobarometer 160, „Entrepreneurship”, June 2004
- Gorman, G. – Hanlon, D. – King, W. (1997): Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education, and Education for Small Business Management: A ten-year literature review. International Small Business Journal, Vol. 15, No. 3, pp. 56–77.
- HBS (2006): Entrepreneurship Program at Harvard Business School Wins Top Award. Letöltve: http://www.hbs.edu/about/news/012204_entrepreneurship.html 2006. 09. 28-án 10:02-kor
- Horváth M. – Vertetich Á. (2007): Vállalkozói kultúra – egy lehetséges magyarázat Európa lemaradására. Köz-gazdaság, II. évf., 2. sz., 203–205. o.
- ISBA (2004): Making the Journey from Student to Entrepreneur: A Review of the Existing Research into Graduate Entrepreneurship. ISBA, letöltve: <http://www.ncge.org.uk/communities/files/biblio589.pdf> 2006. 10. 17-én 22:25-kor
- Jamieson, I. (1984): Schools and Enterprise. In: Watts, A. G., Moran, P. (eds.): Education for Enterprise. CRAC, Ballinger, Cambridge, pp. 19–27.
- Kiss A. – Bod E. – Domonkos G. – Ilyés M. – Knáb M. – Wolf P. (2005): A vállalkozók képzése, vállalkozási ismeretek oktatása EU-összehasonlításban és a továbbképzésre (fejlesztésre) vonatkozó javaslatok. Piaccgazdaság Alapítvány
- Kuratko, D. F. (2003): Entrepreneurship Education: Emerging Trends and Challenges for the 21st Century. 2003 Coleman Foundation White Paper Series for the U.S. Association of Small Business & Entrepreneurship. Letöltve: <http://www.usasbe.org/pdf/CWP-2003-kuratko.pdf> 2007. 04. 12-én 15:12-kor
- Kuratko, D. F. (2004): Entrepreneurship Education in the 21st Century: From Legitimization to Leadership. A Coleman Foundation White Paper, USASBE National Conference, January 16, 2004. Letöltve: <http://sbaer.uca.edu/research/usasbe/2004/pdf/01.pdf> 2007. 08. 20-án 22:21-kor
- Matlay, H. (2005): Entrepreneurship education in UK business schools: Conceptual, contextual and policy considerations. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 12, No. 4, pp. 627–643.
- Mihályi I. (2001): Vállalkozási ismeretek oktatása Európában. Új Pedagógiai Szemle, 5. évf., 12. sz., 81–89. o.
- Penaluna, A. – Penaluna, K. (2006): Business Paradigms in Einstellung: Entrepreneurship Education, A Creative Industries Perspective. NCGE Working Paper Series, <http://www.ncge.org.uk/communities/files/biblio740.pdf> letöltve: 2006. 10. 17-én 9:21-kor
- Román Z. (2006): A vállalkozás oktatása a felsőoktatásban. Vezetéstudomány, 37. évf., 1. szám, 2–9. o.
- Stevenson, H. – Gumpert, D. (1985): The Heart of Entrepreneurship. Harvard Business Review, Vol. 63, No. 2, pp. 85–94.
- Szerb L. – Zoltan J. Acs – Varga A. – Ulbert J. – Bodor É. (2004): Az új vállalkozások hatásai nemzetközi összehasonlításban. A Global Entrepreneurship Monitor nemzetközi kutatás legfontosabb eredményei a 2001-2003-as időszakban. Közgazdasági Szemle, 51. évf., 7-8. sz., 679–98. o.
- Szerb L. (szerk.) (2005): Vállalkozásindítás, vállalkozói hajlandóság és a vállalkozási környezeti tényezők alakulása Magyarországon a 2000-es évek első felében. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- Szerb L. – Márkus G. (2006): Nemzetközi felmérés az egyetemi hallgatók vállalkozói aktivitásáról: Magyarország 2006. Kutatási jelentés, Pécsi Tudományegyetem

Szirmai P. – Csapó K. (2006): Gyakorlati vállalkozásoktatás – Diákvállalkozások támogatása a Budapesti Corvinus Egyetemen. Új Pedagógiai Szemle, 10. évf., 4. sz., 72–83. o.

Tibor Ágnes (2006): Kapcsolatépítés – segédanyag középiskolai tanároknak a kompetencia fejlesztéséhez. EDUNET, Budapest

Timmons, J. A. – Spinelli, S. (2007): New Venture Creation – Entrepreneurship for the 21st Century. 7th Edition. McGraw-Hill, New York

Vecsenyi J. (2006a): Harvardi tapasztalatok és ihletések. Kézirat, BCE-KFK

Vecsenyi J. (2006b): Felkészülés a vállalkozásra. Előadás a Kisvállalkozások indítása és működtetése c. tárgy keretében a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatóinak 2006. szeptember 18-án

Cikk beérkezett: 2007. 6. hó

Lektori vélemény alapján átdolgozva: 2007. 8.

E SZÁMUNK SZERZŐI

Csapó Krisztián, egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Gajduschek György**, egyetemi docens, Károli Gáspár Református Egyetem; **Harangozó Gábor**, egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem; **Konczosné dr. Szombathelyi Márta**, Ph.D., egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem; **Dr. Kunos István**, egyetemi docens, Miskolci Egyetem; **Lakatos Orsolya**, Ph.D. hallgató, Miskolci Egyetem; **Dr. Losoncz Miklós**, kandidátus, kutatásvezető, GKI Gazdaságkutató Zrt.