

CSERNI ZSUZSA¹ – HORVÁTH ANNA²

KÖZÖSSÉGFORMÁLÁS A DIGITALIZÁCIÓ KORÁBAN

A Budapesti Corvinus Egyetem A jövő vállalkozásai Budapesten című intenzív heti tárgya keretében a hallgatók azt vizsgálták meg, hogy egy OpenLab típusú vállalkozást hogyan lehet fenntarthatóvá tenni üzletileg, és milyen társadalmi-gazdasági szükségleteknek kell megfelelnie. Alapvetően két kerületben vizsgálták a hallgatók: a XI. kerületben, ahol ennek az új közösségi térnek a kialakítása már el is kezdődött és az V. kerületben, ahol annak átültethetőségét vizsgálták. Ennek érdekében a diákok felmérték, hogy a különböző korosztályok, generációk Budapesten milyen műszaki-termelési kultúrával rendelkeznek, illetve mire lenne szükségük ahhoz, hogy befogadják az új technológiát. A hét során vendégelőadók segítették a diákok munkáját, továbbá a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem hallgatóival is párbeszéd alakult ki, akik műszaki vonatkozásban már ismerték a XI. kerületben induló Art & Tech Centert.

A hetet **Zsabka Zsolt**, a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara alelnöke nyitotta előadásával. Két fő témája volt, a kamara tevékenysége és a magyar kis- és középvállalkozások. A Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara azzal a céllal alakult, hogy az egyéni vállalkozókat, vállalatokat és a gazdaság egészét képviselje, az iparágak egymásra való hatását segítse. Fő feladatának tekinti, hogy a gazdaságban minden egyes területre hatással legyen. A BKIK többek között jogtár szolgálattal rendelkezik, nyomon követi a pályázatokat és tájékoztatást nyújt a vállalatok számára.

Az előadás második felében a KKV szektort érintő problémák kerültek bemutatásra. A kis- és középvállalkozások adják a magyar tulajdonú cégek 99,1%-át, emellett a munkavállalók közel kétharmadát foglalkoztatják. Szerepük tehát kulcsfontosságú a magyar gazdaságban. A KKV szektor legnagyobb kihívásait manapság a generációváltás, a digitalizáció és a pandémia okozta problémák adják. A vidéki székhelyű vállalatokra jellemző, hogy nagyon elmaradottak, a digitalizáció egyáltalán nem épült be a mindennapi gyakorlatukba. Fejleszteni kell ezeket a vállalatokat, különben hosszú távon lemaradnak és elöregednek, a fiatal munkavállalók felvételére pedig esélyük sem lesz. A nyugdíj közelében lévő munkavállalók helyettesítése égető probléma, ehhez szükséges, hogy a fiatal, kezdő dolgozók ne a külföldi vagy a multiknál való munkavállalást válasszák.

A digitalizáció és generációváltás mellett fontos napirendi pont a hirtelen jött pandémia által állított akadályok leküzdése. A pandémia rámutatott arra, hogy azok a vállalatok tudnak túlélni, amelyek erősen jelen vannak a digitális térben. Ha egy vállalat nem elérhető az internet világában, akkor nem áramlik róla elegendő információ, a fogyasztók nem azt a vállalatot fogják választani, így a forgalma csökkenni fog. A kamara egyik programja ebben segít tagjainak: a Modern Vállalkozások Program irányt ad a vállalatoknak a digitalizáció fejlesztésében. A pandé-

¹ egyetemi hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem

² egyetemi hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem

mia alatt a kamara segít a vállalatok kármentesítésében, az elmúlt hónapok forgalomkiesésének kiküszöbölésében.

Humayer Balázs, a BCE egykori hallgatója és csapata Urban Innovative Actions (UIA) program keretében pályáztak sikeresen vállalkozásuk elindításához szükséges támogatásra. Vállalkozásuk a Creative Urban Platform, azaz a CUP, a digitális elmagányosodás és az ehhez kapcsolódó elvesztett kreativitás problémájára kíván megoldást nyújtani online és offline felületen. A projekt egyik fő csapásiránya a digitális elmagányosodás. A mai emberek teljesen elszigetelve élnek egymástól, főleg most, a pandémia idején. Alapvető feltevése, hogy a városi ember magányos, ezen kell változtatni. A másik jelenség az elvesztett kreativitás, amely a mentális egészséget is veszélyeztetheti. A projekt e két jelenség köré épül, célja, hogy az önkormányzat egy új szerepben támogassa a városlakók szunnyadó kreativitásának felkeltését, ösztönözve az embereket az együtt alkotásra, csökkentve ezzel a digitális magányt, támogatva mentális egészségüket és erősítve a helyi kötődésüket. A projekt legfőbb célcsoportja a dolgozó felnőttek.

A felmerülő megoldások mind online, mind offline térben szerepet kaphatnak. Az online térben kialakított program a Creative Urban Platform, ami egy három pilléres informatikai rendszer. A három pillér a Match, a Support és a Share. A Match az azonos érdeklődésű felhasználók összekapcsolását jelenti, akár egy mentor-tanítvány rendszeren keresztül. Célja a kezdő művészek elindulásának segítése. A Support az alulról jövő projektek, kezdeményezések támogatása, mint például a kickstarter és hasonló crowdfunding platformok. A Share a kész alkotások, események megosztása saját marketplace-en. Az offline tér egyfajta kulturális Csodák Palotájaként képzelhető el. Szereplője az Art & Tech Center, amely egy közösségi tér. Célja egy közeg nyújtása a digitális alkotásra nyitott embereknek. Az Art & Tech Center rendelkezik bemutató/inspirációs térrel, ahol attrakciók, VR technológia található. Megtalálható még egy gyakorlótér is, amely olyan, mint egy digitális homokozó, tagként különböző eszközöket lehet kipróbálni, amelyekre egyébként nem lenne lehetősége az egyénnek. A szereplők közé tartoznak még különböző civil szervezetek, műhelyek, kiállító- és előadóterek, kulturális intézmények, kerületi iparosok, iparművészek, egyes nagyvállalatok (British Telecom, Allee). A projekt összességében egy érdekes kísérlet a városi közösség kialakítására.

A hallgatók ezután bővebben hallhattak az Art & Tech Center, illetve CUP (Creative Urban Platform) koncepciójáról tudhattak meg többet, a BME vonatkozó kurzusának aspektusából. A CUP célja a Digital Art témaköréhez kapcsolódó művészek alkotó- és megjelenési tere. Eszköztárában szerepel a modern technológiák tárháza, célja többek között ezek népszerűsítése is. A BME hallgatóinak feladata a projekt helyéül szolgáló Bercsényi utca 10. alatti épület kialakításának, illetve a benne alkalmazható tárgyak megtervezése volt. Ezeket a terveket a BCE hallgatói 5-10 perces prezentációk során ismerhették meg előzetesen, a hét folyamán pedig a kiválasztott elképzelést kellett megvizsgálniuk. Kiindulópontként több, az országban és a világon már megvalósult hasonló projektet is megismerhettek a hallgatók. Magyarországon erre példa a C3 vagy a Kitchen Budapest.

Molnár Ilonától, a XI. kerületi Humánszolgáltatási Igazgatóság igazgatójától a kerület közösség-szervező munkájáról hallhattak a diákok. Előadásában elmondta, hogy az újbudai önkormányzat már régóta foglalkozik azzal, hogy a korosztályos igényeket felmérje. A 14-25 éves korosztályt megcélözva indítottak egy programot, melynek célja a vállalkozóvá válás segítése volt. Ezen korosztály megszólítása azonban nehéz, az információt kiemelt programokon keresztül kell eljut-

atni. A 26-40 éves korosztály számára fontos aspektus lehet, ha vannak gyerekekkel kapcsolatos színvonalas programok.

Újbuda önkormányzata több lábon áll az időügyi ellátásban. Ilyen szolgáltatásai közé tartoznak tanfolyamok, színházi események, különböző sportrendezvények. A programok már online térben is elérhetőek, és jelenleg is oktatják az időseket az ennek eléréséhez szükséges technikai eszközök használatára. Az önkormányzat működtet egy call centert is, mely a járványhelyzet alatt hatalmas segítséget nyújt az időseknek.

Molnár Ilona szerint, ha egy program nívós és érdekes a célközönsége számára, akkor lesz rá fizetőképes igény. Az ingyenes programok kevésbé vonzóak számukra, azonban viszonylag olcsó ár mellett rengeteg ember eljön. Újbuda az egyik legjobban fejlődő terület, mely éppen átalakulóban van, ezért pozitív opció számára egy ilyen Art & Tech Center megvalósítása.

Barabás Richárd XI. kerület alpolgármester előadásában az önkormányzat elképzeléseit ismertette az Art & Tech Centerrel kapcsolatban. Az Art & Tech Center létrehozása Budapesten egy integrált városfejlesztési program eleme. Az egész világon egyre több ember lakik városokban és egészen biztos, hogy a városi együttműködéseknek nagy szerepe lesz, ezért is szeretne Budapest aktív városdiplomáciai tevékenységet folytatni. Az innovációs projektet szeretnék, ha sokan vennék igénybe, és joggal remélik, hogy nem csak a kerület lakói érdeklődnek majd iránta. Az önkormányzatnak fontos stratégiai szinten is a kulturális élet fejlesztése, hiszen hosszú távon ez lehet majd Budapest új, kreatív-kulturális városnegyede. Kulturális szereplők támogatásában eddig is megjelent ez a fajta törekvés. Üzleti megközelítésben a projekt lényege a jó élmények és a jó szolgáltatások összekapcsolása, ez fog a sikerhez vezetni.

A projekt egészét tekintve három fejlődési pálya lehetséges. A legrosszabb esetben kiderül, hogy az egész senkit nem mozgat meg, de valószínűsíthető, hogy nem ez a forgatókönyv áll fenn az Art & Tech Center esetében. Ennek teljes ellentéte, ha egy olyan igényt sikerül teljesíteni, ami mindenkinél fennáll, így nagyon sikeres lesz. (A szituációban a platform a fő fókusz, a terület pedig csak az első kontent, és a projekt nemzetközi piacra fog terjeszkedni.) A harmadik esetben a projekt alapvetően lokalitásban sikeres, és az a fontos, hogy saját közösségi erősségét tartsa. Ilyen helyzetben fennáll a kérdés, hogy lehet-e másik városba adaptálni a projektet.

A keddi napot **Mátyus Bálint** V. kerületi képviselő előadása zárta. Az V. kerület előregedő kerület – mivel sok az idős, ezért fontos, hogy számukra is megfelelő mennyiségű szolgáltatást biztosítsanak. Az előadás során több megvalósult ötlet került bemutatásra – ilyen például a Belváros-Lipótváros Egészségügyi Szolgálat, az Egészségkártya és a hozzá kapcsolódó online időpontfoglalás lehetősége, vagy az Okosparkolás alkalmazás. A kerület rendelkezik időügyi programmal, melynek része az idősek lakásának vészjelzővel történő felszerelése és okoskarkötő biztosítása. Emellett a program része az informatikai kompetencia fejlesztése. A fejlesztés segít a kapcsolattartás, a hírolvasás, az ügyintézés, az utazásszervezés és a színházjegyvásárlás online lebonyolításában. Ezen korosztály edukációja a saját biztonságukat is szolgálja, mert a réteg kiszolgáltatottságát a családok könnyen kihasználhatják.

Mátyus Bálint szerint, ha szolgáltatást szeretnénk fejleszteni, akkor alapvetően két változó határozza meg annak irányát. Ezek egyike a potenciális vásárló vélt hasznossága, hiszen ha valamit egy ember hasznosnak tart, akkor valószínűsíthető, hogy használni is fogja. A másik ilyen vál-

tozó a használat észlelt egyszerűsége, mely komoly visszatartó erőként léphet fel. Természetesen rengeteg változó játszik még közre, azonban ez a kettő a legmeghatározóbb.

A hallgatók szerdán elsőként **Kerékgyártó Gábor**, a Budapesti Corvinus Egyetem Kisvállalkozás-fejlesztési Központ munkatársának előadását hallgatták meg a kis-, közép- és nagyvállalkozások jellemzőiről. Az előadás célja annak feltárása volt, hogy mi vezet sikerre egy vállalkozást, melyek azok a feltételek, amelyek mentén egy projekt szervezése eléri célját. Elsőként a vállalkozás és a vállalat közötti különbséget magyarázta meg. Akkor válik egy vállalkozás vállalattá, amikor különválik a tulajdonos és a menedzser szerepe. A „hangyák”, azaz a kisvállalkozók nem kívánnak tovább terjeszkedni. A hangyák mellett vannak a dinamikusabban fejlődő vállalkozások, a „gazellák”, ezek általában startup cégek. Míg az előbbi belső finanszírozásból növekedik, addig egy gazella már külső forrásokat is alkalmaz. A vállalkozások és a vállalatok közötti átmenet az úgynevezett „hangyella” réteg, melyre elsősorban a szerves növekedés jellemző: nem csupán a belső pénzügyi erőforrásokat használja fel a működés során, hanem gyakoriak a hitelből finanszírozott fejlesztések is. Összességében mindegyik vállalkozástípusra jellemző, hogy egy sikeres vállalkozónak megfelelő szakmai ismeretekkel, üzleti rálátással és innovatív gondolkodással kell rendelkeznie. Mindegyik külön-külön is fontos erény, azonban egy sikeres üzlethez valamilyen nyire szükség van.

A kisebb vállalkozások mellett szó esett a nagyvállalatokról is az előadás során. A sikeres nagyvállalatok a „tigrisek”, melyek uralják a piacot. A valamilyen oknál fogva „kihalt” cégek a „dinoszauruszok”. Ezekre a legjobb példa a Nokia esete. A 2000-es évek elején a Nokia gyártotta a mobiltelefonok jelentős többségét, mérnökei megalkották az érintőképernyős telefont, ám az a megfelelő marketingkampány hiányában kevés figyelmet kapott. 5 évvel később az Apple népszerűsítette a technikát, és a Nokia nem tudta tartani vele és a többi telefongyártó céggel a versenyt, így csődbe ment.

A nap következő előadója **Bacsa László** volt, a Demola vezetője, aki a Demola Labor működését mutatta be a hallgatóknak. A Demola egy egyetemközi nyílt innovációs labor, amelynek célja egy fiatal, nyitott, multidiszciplináris közösség létrehozása és fenntartása, amely kreatív módszerekkel old meg piaci problémákat cégek számára. A Demola Labor alapvető törekvése az innováció, s ezt az egyetemi hallgatók és az üzleti szereplők együttműködésén keresztül igyekeznek elérni. Olyan különböző gondolkodású és szakterületű hallgatókat keresnek, akik képesek a cégekkel történő kooperációra. A Demola szervezeti modellje három finn egyetem összefogásából született meg, eleinte egy ipari kezdeményezés volt, mára pedig 18 országban működött „kompetencia Tinder” modellű laborjait 4 kontinensen. A Demola amellett, hogy évente új projekt csapatokat indít, inkubációs házként is funkcionál, amely intézménytől függetlenül nyitott minden diák számára. A BME területén található innovációs csarnokban jelenleg 15 startup vállalkozás dolgozik sokszor egymást segítve software, hardware, gastro, közösségi média és kommunikáció területeken.

A nap harmadik előadója **Majzik Nándor**, a Meló-Diák munkatársa a diák- és nyugdíjas szövetkezetekről tartott számunkra előadást az érintett generációk bevonhatóságáról, jellemzőiről. Először a diák- és a nyugdíjas szövetkezetek pontos fogalmát tisztázta: az iskolaszövetkezetekben az aktív nappali tagozatos és 25 év alatt aktív nappali tagozatos hallgatók, a nyugdíjas szövetkezetekben az öregségi nyugdíjas állampolgárok tudnak munkát vállalni. A munkavállalás ebben az

esetben nem szokásos szokásos munkaszerződés keretei között, hanem a csoportok sajátosságaihoz alakított szerződésekkel történik. A nyugdíjas munkavállalóknál a munkavállalás fő szempontja a tudás átadásának igénye és a közösség. A nyugdíjasoknál sokkal fontosabb a pénz és a karrier mellett a közösségi lét és közösségi megbecsülés, ennek kielégítésére szolgál a közösségi alap – ezt IT-képzésekre, csapatépítő programokra és egyéb kiegészítő tevékenységekre fordítják a szövetezetek. A fiatalabb generációt ezzel szemben elsősorban a pénzkeresés motiválja, így az elköteleződés ennél a fiatalabb korosztálynál nem releváns.

A szerdai nap utolsó előadója **Körössiné Veréb Judit** volt, a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara Oktatási és Képzési Igazgatóság képviselője. A tárgy keretein belül vizsgált korosztályok közül a tizenéves korosztályt főként továbbtanulásukhoz kötődő pályorientációval lehet megszólítani. A 14-25 éves korosztályt illetően a legfontosabb feladat, hogy megtalálják azokat a képzési helyeket, ahol őket érdeklő, számukra izgalmas képzéseket végezhetnek. A BKIK Oktatási és Képzési Igazgatóság a duális képzésekben is érintett, valamint céljuk, hogy vállalkozások működését elősegítő képzéseket népszerűsítsenek, támogassanak. A szakmai tudás mellett fontos az álláskereséssel kapcsolatos ismeretek, valamint a munkavállalás jogi feltételeinek további terjesztése is a fiatal munkavállalók körében.

A csütörtöki előadásokat **Lőrincz Gergely**, a BKIK Kézműipari Tagozatának elnöke nyitotta, aki a kézműves szakma szerepéről és helyzetéről beszélt a hallgatónak. Jelenleg a kézművesség kezd háttérbe szorulni, ezért minden olyan kezdeményezés, amely népszerűsíti ezt az ágazatot, üdvözlendő – ilyenek az Art & Tech Centerek is. Elindult egy olyan folyamat, ahol egyedi termékeket keresnek a vásárlók, ami a termékek drágulásához is vezet. Annak ellenére, hogy a kézműves termékek reneszánszukat élik, a 14-24 éves korcsoportnál megfigyelhető, hogy a korábbihoz képes jóval kevesebben jelentkeznek ilyen képzésekre. Ezt ismertető akciókkal lehet növelni, illetve különböző pénzügyi támogatásokkal. A különböző generációknak egymást kell segítenie, a mestereknek tudásukat tovább kell adnia a fiataloknak.

Szatmáry Angéla, a BKIK Kereskedelmi Tagozatának elnöke szintén úgy látja, hogy nő a kereslet a kézzel gyártott egyedi termékek iránt, nagy jövője van ennek az iparágak. Támogatásukra különféle tematikus utcák jöttek létre, ezeknek a felügyelete a BUM (Bevásárló Utcák Menedzsmentje) alá tartozik. A kézműves szakmai oktatásokban tanulók száma kevés, ennek növelése érdekében egy program elindítása szükséges. Fel kell keresni az ország műhelyeit, készleteikről pedig egy online piacteret létrehozni, ezzel is segítve az eladásukat. Be kell vezetni az idősebb mestereket az internet világába is. A 65 évnél idősebb mesterek hatalmas tudással rendelkeznek, ezért nagy jövő van a nyugdíjas szövetkezetekből való oktatásban.

A nap második fele **Zsabka Zsolt** előadásával folytatódott, aki a BKIK szerepéről beszélt a fiatalok vállalkozók motivációjában. 2024-re a munkavállalók 70%-a a Z és az Y generációból fog kikerülni. Az Y generációnak állandó tanulásra lesz szüksége, és nem szabad ragaszkodnia a megszokott dolgokhoz, így képes lesz lépést tartani a Z generációval, amelynek tagjai jobban képesek reagálni a változásra, ami a munkaerőpiacon előnyt jelenthet. A járványügyi helyzet megmutatta, hogy azok a vállalkozások képesek életben maradni, amelyek gyorsan tudnak alkalmazkodni a hirtelen változó helyzetekhez.

Sztranyák József, a BKIK Gazdasági Szolgáltatások Tagozat elnöke elsősorban az Art & Tech Centerek koronavírus utáni lehetőségeiről beszélt. Az ilyen intézmények életében nem hoz törést a járvány, hiszen inspirál és rengeteg lehetőség rejlik benne. Emellett segít felismerni, hogy a mai tudás mire szolgál. A Zabka Zsolt által felvetett generációs különbségről azt gondolja, hogy az Y generáció már rendelkezik egy előzetes tudással a Z generációval szemben, ez pedig előnyére válhat. Nincsen a munkavállalók között ilyen szempontból veszélyeztetettségérzés, mivel a munka megköveteli a folyamatos tanulást és a korral való haladást.

A csütörtök délutáni előadásokon a hallgatók két, a projektben részt vevő XI. kerületi vállalat képviselőinek tehettek fel kérdéseket. A **British Telecom** egy 2500 fős nagyvállalat, melynek Magyarországon csak üzleti ügyfelei vannak, az Egyesült Királyságban telekommunikációs szolgáltatóként van jelen. A csapat nagyon fiatalos, 31 év a munkavállalók átlagéletkora. Vannak a cégnél mérnökök, technológiai szakemberek, hálózati szakemberek, HR, marketing és sales csapatok, de pénzügyi csapat is. Összességében tehát nagyon széles tevékenységi körrel rendelkezik a vállalat. Az Art & Tech Center kialakítása számukra még csak kísérlet, nem volt példa ilyen jellegű együttműködésre ezelőtt. A vállalatnál sok a pályakezdő, ők sok tapasztalatot tudnak adni a vállalatnak, például a közösségi média platformok terén, ezért is fontos megtartásuk és számukra közösségi élmény kialakítása. A British Telecom munkatársai azt nyilatkozták, hogy egy, az V. kerületen belüli Art & Tech Center kiépítésében, működtetésében, mint vállalati partner, mindenképpen megjelenének, cégen belüli kiforrott terveiket szívesen valósítanák meg a centeren belül. Kalocsa Dóra és Fazekas Máté szerint az Art & Tech Center sikerének kulcsa az információk minél több emberhez való eljuttatása, és a célcsoport szemében minél vonzóbbá tétele a projektnek. Ezt a sokszínű felhozattal lehet elérni. Úgy kell kezelni a centert, mint egy új márkát, tehát ki kell alakítani róla egy képet és tudatos kommunikációs csatornákat kell használni a célcsoport eléréséhez.

Az **Allee** elsődleges célja funkcióinak szélesítése a bevásárláson túl, mellyel vásárlóik lojalitását szeretnék növelni. A XI. kerület dinamikusan növekedik, egy bevásárlóközpontban a helyi vásárlók nem csupán vásárolni szeretnének, kulturális és egyéb programokra is igény mutatkozik. Ezzel kapcsolatban közvélemény-kutatást végeznek majd, felméri, hogy milyen programokkal tudják bevonni a potenciális résztvevőket. Az eddigiekben megvalósult programok közül kiemelkedő az a kezdeményezés, amelynek során három művész festménye került ki a bevásárlóközpontban, melyeket online kaució során értékesítettek, a bevételt pedig az Országos Mentőszolgálatnak adományozták. Emellett aktív kapcsolatot alakítottak ki a kerület kulturális intézményeivel – ilyen például az Eleven Blokk Művészeti Alapítvány vagy a Hadik Kávéház. Ezekhez az együttműködésekhez hasonlóan kívánnak együtt dolgozni az Art & Tech Center kapcsán is, melynek keretein belül a bevásárlóközpont pop-up helyszínt biztosít évente két időszakban. Nem tekinti konkurenciának az Art & Tech Centert, az egy kiegészítő lehetőség a bevásárlóközpontban. A projekt egyik kérdése, hogy hogyan vonják be a fiatalabb résztvevőket. Ennek megoldása még kialakítás alatt van. Amennyiben az együttműködés fenntarthatónak bizonyul, mindenképpen szeretnének hosszú távon is szervezni programokat a projekttel karöltve. Az első esemény előreláthatólag 2022-ben valósul meg.

Az utolsó nap feladata a hét elején kiválasztott, a BME hallgatói által megálmodott ötletek megvalósíthatóságának, üzleti tervének prezentálása volt. Ennek során a műszaki megoldásokat a kiválasztott környezetben, adott korcsoportra szabva vizsgálták meg a BCE hallgatói, a hét

során elhangzott előadásokat is beépítve a kutatásba. Ennek eredményeit 15-20 perces prezentációkban ismertették, melyet a BME hallgatói szóban értékelték. Annak ellenére, hogy a vírus-helyzet következtében a személyes kapcsolattartás nem volt lehetséges, a BME és a BCE hallgatói között az intenzív hét végére sikerült szakmai párbeszédet kialakítani, amelynek során a CUP 4 projekt legfontosabb kérdéseit sikerült mind üzleti, mind műszaki aspektusból megvizsgálni, illetve válaszokat adni a felmerülő kérdésekre.

A hallgatók a feladat megoldása során elsőként a két érintett terület demográfiai mutatóit vizsgálták meg: ennek során felmérték a városrészek korösszetételét, bevételeit, majd ebből következtek a különböző korcsoportok szabadidős tevékenységeire, igényeire. A legidősebb, *65 év feletti korosztály* tekintetében a lehetséges programok között szerepeltek az innovatív foglalkozások, képzési lehetőségek, valamint olyan programok, amelyek kikapcsolódást nyújthatnak a korosztálynak. Emellett a közös alkotás, a közösségi programok is szerepet kaptak. Az egyéni programok mellett szerepet kaphat a családdal, unokákkal eltöltött idő színesebbé tétele is. A *41-64 év közötti korcsoportot* leginkább a pszichoszociális tényezők enyhítése érdekében érdemes bevonni a projektbe – ilyen például a túlzott munkaterhelés, a diszkrimináció, a társaság hiánya. Az OpenLab elősegíti a kommunikációt a munkavállalók között, valamint teret nyit a kreatív szórakozásra, segít kilépni a szürke hétköznapokból. További programok lehetnek a workshopok, tanfolyamok, ahol újabb készségeket sajátíthatnak el. A *26-40 év közötti korosztály* sokban hasonlít a 41-64 éves korosztályhoz. A csoportok rávilágítottak azonban arra, hogy a két vizsgált kerületben magas a korosztályba tartozó egyedülálló szülők aránya. Az ő segítségükre, bevonásukra szintén lehetőséget adhat az OpenLab. A *14-25 év közötti korosztály* használja a legkönnyebben a modern technológiát, azonban az ő megszólításuk a legnehezebb, nehéz aktivitásra bírni őket, ezért különösen fontosak a változatos programok. Jellemzően a korcsoport tagjai még tanulnak, így az OpenLab segíthet a pályaválasztásban.

A projekt fenntarthatóságát a csoportok elsősorban újabb partnerek bevonása útján képzeltek el. Ennek oka, hogy a potenciális partnerek között munkáltatók is vannak, akiknek érdekük a munkavállalók mentális egészségének és kreativitásának megtartása, amelyet az OpenLabon keresztül elősegíthetnek, valamint tech vállalatok esetében vásárlóik számát is növelhetik ezáltal. Ösztönzésként emellett több csoport is kidolgozott egy hűségrendszert, amely során az OpenLab használói hűségpontokat gyűjthetnek, melyet a kerületek kulturális intézményeiben beválthatnak. Az üzleti tervek részét képezte a helyszínek többfunkciós használata is, amely során a kialakított termék részben díjhoz kötött, részben ingyenes formában működhetnek.