

Interjú

A vállalkozói kultúra szerepéről

Interjú dr. Deutsch Nikolett, egyetemi docenssel, a Budapesti Corvinus Egyetem Vállalkozás és Innováció Intézet igazgatójával

A Köz-Gazdaság interjút készített dr. Deutsch Nikolettal, a BCE Vállalkozás és Innovációs intézetének igazgatójával a vállalkozói kultúra, a vállalkozói tudás fejlődéséről. Az interjú a Köz-Gazdaság napokban megjelenő angol nyelvű különszámába készült. A különszám vendégszerkesztője Huszák Loretta, egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem.

Köz-Gazdaság: A közép-kelet-európai térség gazdasági fejlődésének egyik fontos, ha nem a legfontosabb eleme a vállalkozási kultúra fejlesztése. Miben látja a különbséget a nyugati és a mi térségünk vállalkozási mentalitásában és mely területen látnak esélyt a fejlődésre, mely területen marad meg a különbség (ami persze nem biztos, hogy baj)?

Deutsch Nikolett: Hazánkban a vállalkozói kultúra fejlesztése a rendszerváltás óta kiemelt kérdésként van jelen. Míg az 1990-es és 2000-es években hazánkban a vállalkozók és a vállalkozói tevékenységet körülölelte a negatív társadalmi megítélés, ez azóta jelentősen tompult. A vállalkozásindítási szándékot és a tényleges vállalkozói aktivitást természetesen számtalan politikai, gazdasági és társadalmi tényező és azok változása befolyásolja. Az elmúlt évtizedekben a vállalkozási keretfeltételeket befolyásoló intézményekben jelentős változások mentek végbe, a COVID-19 világjárvány korábban nem tapasztalt kihívások és bizonytalanság elé állította a hazai vállalkozói kört. Pozitív elemként emelendő ki a vállalkozások legitimációját segítő, vállalkozások önálló piaci szereplői csoportként, ügyfélkörként történő azonosítása, és a sikeres vállalkozókkal, vállalkozásokkal és start-up-okkal kapcsolatos hírek és információk elérhetősége. A kényszervállalkozók mellett megjelentek az új ötletek piacra vitelében gondolkodó, növekedésorientált vállalkozók, sőt mára már a társadalmi vállalkozások és társadalmi innovációk fogalma sem teljesen ismeretlen fogalom az egyetemi hallgatók körében. A témakörrel foglalkozó nemzetközi és hazai szakirodalmi források és kutatások (pl. GLOBE, GEM) a vállalkozásindítás és a nemzeti kultúra egyes dimenziói, – mint pl. a hatalmi távolság, a bizonytalanságkerülés, az individualizmus, a hosszú, illetve rövid távú orientáció, – között összefüggéseket azonosítottak. A hazai felmérések többsége azt mutatja, hogy a bizonytalanság és kockázatkerülés továbbra is meghatározó érv a vállalkozási tevékenységek folytatásával szemben. A rendszerváltás környékén alapított családi vállalkozások tömegénél aktuális a generációváltás kérdése is. A fiatal generációk esetében az egyetemisták körében végzett 2021-es GUESSS kutatás (Gubik & Farkas, 2021[1]) eredményei azt mutatják, hogy bár a mintában szereplő egyetemi hallgatók többsége a diploma megszerzését követően nagy, illetve közepes méretű vállalatnál szeretne elhelyezkedni elsősorban tapasztalatszerzés céljából, ugyanakkor a tanulmányaik befejezését követő 5 év elteltével már saját vállalkozás alapításában gondolkodnak. Közülük is kiemelkedően magas azok aránya, ahol a szülők vállalkozóként tevékenykednek. Ráadásul a 10104 megkérdezett egyetemi hallgató 7.3%-a a megkérdezés időpontjában már saját vállalkozást (több mint fele mikrovállalkozást) vezetett. A kutatások arra

is felhívják a figyelmet, hogy a fiatalabb generációk körében a szűkebb csoporthoz való kötődés nagyon fontossá vált, és ez gyakran a vállalkozások indítását támogatja a nagyvállalatoknál való elhelyezkedés helyett. Érdekes jelenség továbbá a Mature Preneur-k, a vállalkozási ötlettel bíró, 40-50 éves innovatív vállalkozói ötlettel bírók megjelenése, akik vállalkozási ismereteik fejlesztése és aktualizálása érdekében fordulnak a felsőoktatási intézményekhez, új piaci rést képviselve a nemzetközi piacokon.

Köz-Gazdaság: A vállalkozásfejlesztés, a vállalkozási kultúra elválaszthatatlan az innovációtól. A jelenlegi korszakban, a tudásalapú gazdaságban milyen eszközökkel lehetne ösztönözni az innovációt, és a felsőoktatás hogyan tud bekapcsolódni ezekbe a tevékenységekbe?

Deutsch Nikolett: Az innováció menedzsment szakirodalma már a kezdetektől fogva komoly hangsúlyt helyez az innovációs tevékenységek ösztönzésére, ezen belül is az állam, az egyetemek és kutatóközpontok szerepének vizsgálatára. Ahogyan az innováció lineáris modelljeit felváltotta a hálózati szemléletmód, – gondoljunk csak a Triple Helix, a Quadrupe Helix, vagy az innovációs és vállalkozói ökoszisztéma modellekre, – úgy változott meg az innováció ösztönzés eszközeinek és ezen szereplők feladatainak megítélése. Az innováció ösztönzése keresleti és kínálati oldalról is megközelíthető, hogy melyik oldalt tekintjük elsődlegesnek az számomra tyúk-tojás problémaként értelmezhető. Hazánkban az innováció ösztönzésében az állam különböző intézményei révén komoly szerepet vállal. Egyrészt kínálati oldali eszközként említhetők meg a technológiai alapú standardok és szabályozások, a közbeszerzések, az innovációt támogató infrastruktúra finanszírozása, a közfinanszírozású K+F+I, a vállalati K+F+I tevékenységek támogatása, míg a keresleti oldalon a technológia transzfer, az árazási mechanizmusok, információ szolgáltatások, a hálózatosodás és partnerkapcsolatok ösztönzése és támogatása, valamint az oktatási és tréning programok ösztönzése tekinthető a legfontosabb eszközöknek. Az egyetemek és felsőoktatási intézmények a világ minden országában az őket érő globális hatásokra – változó filozófiák és politikák, a sokféle pénzügyi, finanszírozási, irányítási és menedzsment modellek, az akkreditációs nyomás, digitalizáció, piacosítási nehézségek, nemzeti oktatási és innovációs rendszerek konvergenciája, harmadik misszió és outreach növekvő szerepe, csak néhány példát említve – folyamatosan újraértelmezik küldetésüket, feladataikat, funkcióikat, felelősségüket és programkínálatukat is. A felsőoktatási stratégiákban arra ösztönzik a felsőoktatási intézményeket, hogy a kutatási, oktatási és társadalmi szolgáltatásokat célzó helyi, regionális és nemzetközi hálózatok szereplőivé váljanak kialakítva így egy vállalkozói szemléletet. Az ágazatközi, multidiszciplináris és többszereplős innovációs hálózatok fő szervezői feladatainak ellátásával a helyi és regionális vállalkozói és innovációs tevékenységek központjaivá váljanak. Ennek megfelelően az alap- és alkalmazott nemzeti és nemzetközi kutatások folytatása mellett a felsőoktatási intézmények egyre növekvő arányban hoznak létre az innovációs tevékenységet, illetve a hallgatói és akadémiai vállalkozási tevékenységet menedzselő centralizált vagy decentralizált szervezeti egységeket. A hazai és nemzetközi kutatási programok (pl. OTKA, H2020, TKP), illetve oktatási hálózatokba való (pl. ERASMUS, CEMS, közös programok) szerepvállalásának növelésén túl a hazai felsőoktatási intézmények a Területi Innovációs Platformok (TIP), vagy a Nemzeti Laboratóriumok Program

(NLP) kezdeményezésekbe is bekapcsolódnak, vagy éppen oktatási, tréning és mentori tevékenységeik révén oktatási és képzési portfóliójukba az innováció menedzsment és a hallgatói vállalkozásösztönzést is beillesztették.

Köz-Gazdaság: A vállalkozási ismeretek oktatása és a vállalkozási szemlélet közvetítése jelentős oktatási kihívás is a gazdasági és a műszaki felsőoktatás számára egyaránt. Mely pontokon látják a vállalkozási oktatás erősségeit, mely területeken elengedhetetlen a megújítás, tananyagfejlesztés? Milyen pedagógiai eszközök lehetnek eredményesek a vállalkozási szemlélet átadásában a közgazdász és mérnök hallgatók számára?

Deutsch Nikolett: A 2000-2010-es években a vállalkozás oktatás nemzetközi kutatásával foglalkozó, egyébként relative kevés szakirodalmi forrás arról számolt be, hogy a közép-kelet-európai térség országaiban a vállalkozás oktatás súlya a felsőoktatási intézményekben alacsonynak volt mondható. Az oktatást a tradicionális, ún. passzív módszerek dominálták és a mentorálás, vállalati gyakorlatok alacsony aránya jellemezte. Kifejezetten alacsony volt a piaci szereplők, vállalkozók, szakértők oktatásba való bevonása. A régióban a vállalkozásokkal kapcsolatos kutatások és kutatóközpontok száma szintén csekély volt, és azok is csak kezdeti stádiumban voltak, miközben a mérnöki és közgazdász képzések közötti együttműködést is elhanyagolhatónak ítélték. Azóta megítélésem szerint jelentős változások következtek be a hazai vállalkozás oktatás terén. Egyrészt több alapképzési szakon jelentek meg vállalkozás-indításra és menedzsmentre fókuszáló specializációk, másrészt a Vállalkozásfejlesztés mesterképzési szakokon is jelentős szakfejlesztési munka zajlott az elmúlt években. Ez utóbbi kapcsán érdemesnek tartom kiemelni, hogy a Budapesti Corvinus Egyetem Vállalkozásfejlesztés mesterszakának tavalyi évben lezajlott szakfejlesztése során készített hazai és nemzetközi piackutatás eredményei arra világítottak rá, hogy a hazai Vállalkozásfejlesztési mesterszakok képzési céljai összhangban vannak a vizsgálatba vont 33, Financial Times listáján szereplő, nemzetközi akkreditációval rendelkező vezető egyetem 36 hasonló képzésének céljaival. Lefedik azokat a képességelemeket, kulcsszemponokat, amelyek a nemzetközi gyakorlatban is, akár külön-külön, de megfogalmazódnak. A nemzetközi gyakorlathoz hasonlóan a kulcsdiszciplínákat a stratégia, a pénzügy, az innováció és a projektmenedzsment területek képezik, de nagy hangsúly helyeződik a vállalkozási ismeretekre, a vállalkozói ökoszisztéma politikai aspektusaira, a marketing stratégia elemeire és a döntéshozatal elméleti és gyakorlati szempontjaira is. Fontos kiemelni továbbá, hogy a tantárgyi portfólióban itthon is helyet kapnak az olyan aktuális és népszerű témakörök, mint például a Fintech, a Technológia menedzsment, a Társadalmi vállalkozások, a Társadalmi innovációk vagy éppen a Design thinking kurzusok. Módszertanilag a hazai képzések esetében is általános gyakorlat a szakértői vendégelőadások, esettanulmány-megoldások és esettanulmány készítések alkalmazása, egyes tantárgyak esetében pedig vállalati projektmunkákra, szimulációs feladatok megoldására, gyárlátogatásokra és terepgyakorlatokra is találunk példákat. Ez azért kiemelten fontos, mert míg a vállalkozási ismeretek a hagyományos oktatási módszerek révén átadhatók, a vállalkozói készségek fejlesztésének nélkülözhetetlenek eleme, hogy tapasztalati tanulási élményhez juttassuk a hallgatókat. Az elmúlt években a nemzetközi gyakorlatnak megfelelően hazánkban

is egyre nagyobb teret nyer a vállalkozás oktatásban a cselekvő tanulás módszertani elemeinek integrálása (pl. a vállalatokkal, vállalkozásokkal, társadalmi vállalkozókkal közös ún. problémamegoldó, vagy az akció tanulási módszertanok), illetve a start-up és saját vállalkozás alapításával kapcsolatos élő ismeretek, tapasztalatok megszerzési lehetőségének biztosítását szolgáló mentorprogram jellegű kurzusok. Ez utóbbira jó példaként említhetők a Hungarian Start-up University Program (HSUP), vagy a Proof of Concept (POC) kezdeményezések, melyek alap-, mester- és doktori képzési szintekre járó hallgatókat egyaránt megcélznak, sőt, támogatják a szak- illetve egyetemközi együttműködésű hallgatói csoportokat is. A HSUP két féléven keresztül segíti a hallgatókat a hazai startup ökoszisztéma rejtjelmeinek megismerésében és szakértő mentorok segítségével saját startup-ötleteik fejlesztésében. A POC Ötletpályázat pénzügyi és szakmai támogatást biztosít a pályázó hallgatóknak az új ötletek, innovatív termékek vagy szolgáltatások, startup vállalkozások alapításának előkészítéséhez, és az ötletgazdák másfél hónapos személyre szabott mentorálásban részesülnek, mely az ötlet finomításától az üzleti hasznosíthatóság fázisáig terjed. Ugyancsak itt említhetők meg az egyre nagyobb népszerűségnek örvendő hazai és nemzetközi hallgatói ötlet- és start-up versenyek, melyek közül kiemelendő a Duna Kupa Nemzetközi Pitch Verseny.

A jövő szempontjából az egyik meghatározó fontosságú feladatnak tekintem a mérnök és közgazdász képzések, karok és szakok közötti együttműködések erősítését. Az innovációk és vállalkozások ösztönzése szempontjából fontos feladat, hogy a két terület szakembereinek világnézete, gondolkodásmódja már az egyetemi képzések során találkozzon egymással, ezzel segítve a jövő technológiai vállalkozóit, innovációs menedzsereit. Én az egyetemi tanulmányaimat a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karán folytattam, ahol volt szerencsém mérnök végzettséggel rendelkező kollégáktól is tanulni. Meggyőződésem, hogy az így megszerzett rendszerszemlélet és problémalátás nemcsak magánemberként volt hasznomra, hanem ez adta meg a kellő alapot későbbi kutatói és oktatói munkám számára.

A hagyományos oktatási segédanyagok, tankönyvek és jegyzetek írása mellett az oktatást segítő, a hallgatók érdeklődését felkeltő és fenn is tartó, a tudományos eredmények és gyakorlati, vállalkozói tapasztalatok oktatásba való integrálását biztosító, új módszerek és megoldások megtalálása is korunk egyik legfontosabb kihívása közé tartozik.

Köz-Gazdaság: A Duna Kupa a térségben az egyetemek nemzetközi együttműködésének fontos eseménye. Miben látják a modellértékét ennek az eseménysorozatnak? Milyen elvárásaik, stratégiai céljaik vannak a Duna Kupával kapcsolatosan a felsőoktatás fejlesztése szempontjából?

Deutsch Nikolett: A Duna Kupa 2016-ban indult el, amikor is a Corvinus és a BME összefogott annak érdekében, hogy segítse a régió hallgatói indíttatású startupjainak nemzetköziesedését. A többkörös hallgatói versenyt és szakmai tudományos szakmai konferenciát egyaránt felölelő Duna Kupa Hálózat 2019-ben vált nemzetközivé, amikor már 3 ország 4 egyeteme vett részt a rendezvényen. 2021-ben a Covid világjárvány miatt online került sor a rendezvény megtartására, de ez sem állíthatta meg a fejlődését. 2022-ben 9 ország 21 egyeteme, illetve

kutatóintézete képviseltette magát a budapesti szervezésű 1. Duna Kupa Nemzetközi Konferencián, míg a Startup Pitch Competition döntőjének a WU Vienna adott otthont, ahol Németország, Ausztria, Szerbia és Magyarország 7 egyetemének 8 döntős csapata vehetett részt. Mindezt alapul véve kijelenthetjük, hogy a DC egy sikertörténet, és nem csak azért, mert az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatalától a BME és a BCE kizárólagos védjegyhasználatot kapott a Danube Cup-ra, hanem azért is, mert a DC elő, nemzetközi hálózattá fejlődik, mely lehetővé teszi a hallgatói csoportok számára, hogy közelebbről ismerkedhessenek meg az ökoszisztéma működésével és fő szereplőivel, nemzetközi környezetben mérethessék meg magukat, ahol kapcsolatokat építhetnek, komoly szakmai és tudományos háttérrel rendelkező startup mentoroktól, vállalkozóktól és oktatóktól kaphatnak professzionális visszajelzést és útmutatást vállalkozási ötleteik piacosítása számára. Emellett a DC Tudományos Konferencia olyan közös tanulási, tudás- és tapasztalatszerzési folyamatot indít el a régió egyetemeinek vállalkozásindítással és -fejlesztéssel foglalkozó oktató-kutató kollégái számára, mely kiváló lehetőséget biztosít a nemzetközi vérkeringésbe való bekapcsolódásra, a meglévő kapcsolatrendszerek bővítésére, új együttműködések kialakítására, a tudományos eredmények nemzetközi láthatóságának erősítésére, minőségi publikációk megjelentetésére. A konferencia emellett a kutatási és oktatási tapasztalatok megosztásának, a jó gyakorlatok és kihívások megismerésének és a közös gondolkodás elindításának is helyszíne, mely az oktatásfejlesztésre is visszahat az innovatívabb és kreatívabb kurzusok, a tananyag- és módszertani fejlesztések formájában. A Duna Kupa tehát mind a hallgatók, mind az akadémiai közösség számára meghatározó esemény, mely a vállalkozási terület tekintetében a régió felzárkózását segítheti elő.