

Szegedi Tudományegyetem  
Gazdaságtudományi Kar  
Közgazdaságtani Doktori Iskola

*Imreh-Tóth Mónika*

**Egyetemek vállalkozásoktatásának lehetséges szerepe a  
vállalkozóvá válás elősegítésében**

Doktori értekezés tézisei

**Témavezetők:**

**Prof. Dr. Dinya László, kandidátus**

Egyetemi tanár

SZTE Gazdaságtudományi Kar

Üzleti Tudományok Intézete

**Prof. Dr. Lengyel Imre**

Intézetvezető egyetemi tanár

SZTE Gazdaságtudományi Kar

Közgazdaságtani és Gazdaságfejlesztési

Intézet

Szeged, 2014.

## Tartalom

1. A téma indoklása.....	3
2. A kutatás célja.....	5
3. Az értekezés felépítése és az alkalmazott módszerek.....	8
4. Az értekezés főbb eredményei .....	12
5. A tézisfüzet hivatkozásai .....	22
6. Tudományos publikációk.....	24

## 1. A téma indoklása

Az utóbbi években a vállalkozóvá válás elősegítésének kérdése egyre inkább középpontba került. Az egyetemről kirajzó értelmiség a jövő vállalkozásainak záloga, olyan dinamikusan fejlődő és innovatív területeken, mint pl. az információs technológia vagy a biotechnológia. Valójában, a sikeres egyetemek az USA-ban kihangsúlyozzák az oktatási intézmények – mint a high-tech start-up vállalatok „katalizátorai” – fontos szerepét: rendkívül szemléletes példa, hogy ha a négyezer, az MIT diplomásai és tanári kara által alapított cég egy önálló nemzetet alkotna, akkor ezek a cégek a „nemzete”-t a világ huszonnegyedik legnagyobb gazdaságává tennék (Lüthje-Franke 2002). Az egyetemek szerepe is folyamatosan változik, alkalmazkodik a megváltozott környezethez, feladatokhoz (Barakonyi 2004), illetve az egyetemek irányításában, finanszírozásában, képzési rendszerében bekövetkező változásokhoz (Inzelt 2010). A gazdaság versenyképességében is egyre jobban felértékelődik a felsőoktatás versenyképessége (Barakonyi 2010).

A szolgáltató egyetem gondolköre is egyre jobban előtérbe kerül (Schwartz 2006), amelynél az egyik lehetséges szolgáltatás a vállalkozásoktatás. Az egyik legnagyobb kihívás az, hogy az egyetemek a „elefántcsonttorony” státusból a „vállalkozói egyetem” státusz felé mozduljanak el. Még az üzleti iskoláknál is reális veszély, hogy az elmélet és a módszertan fetiszizálása mind távolabbra sodorja őket a tényleges üzleti gyakorlattól (Barakonyi 2009). Az Európai Unió is kitüntetett figyelmet szentel a vállalkozásoktatásnak, amit az is bizonyít, hogy megszületett az „Entrepreneurship 2020 Akcióterv”, amely három fő pillérré épül: vállalkozói oktatás és képzés, vállalkozói környezet kialakítása, valamint a társadalom problémás csoportjainak támogatása (új vállalkozói generációról történő gondoskodás).

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

végzettséggel rendelkező munkavállaló nem talál a végzettségének megfelelő munkát (Kotsis 2013). Ennek egy lehetséges alternatívája lehet a vállalkozóvá válás.

Számos irányból közelítik a vállalkozásoktatást, emellett több elnevezést is használnak a témával kapcsolatban. A „vállalkozásoktatás” (entrepreneurship education) kifejezés általánosan használt az USA-ban és Kanadában, viszont kevésbé elterjedt Európában. Az Egyesült Királyságban és Írországban az előnyben részesített kifejezés a „vállalati oktatás” (enterprise education) volt, de az 1990-es évek elejére a „vállalat” (enterprise) fogalma fokozatosan beleolvadt a „vállalkozástudomány (?)” (entrepreneurship) fogalmába. Ebből következően számos definíció született témával kapcsolatosan, azonban minden különbségtétellel (és különbségtételi próbálkozással) együtt a vállalati-, az üzleti- és akár a vállalkozásoktatási tevékenység egyik végső célja egyaránt a független vállalkozás létrehozásának és sikeresebb működtetésének ösztönzése (Imreh-Tóth et al. 2012). A vállalkozásoktatás elsődleges célja az új vállalkozások sikeres kialakításának támogatása. Itt fontos kiemelni, hogy a vállalkozástudományi programok sikerét nem lehet pusztán a végzett hallgatók számával mérni, hanem sokkal inkább az általuk létrehozott vállalkozások társadalmi-gazdasági hatásával. Olyan kérdések, mint pl. a létrehozott vállalkozások száma, a létrehozott munkahelyek száma, a kialakított cégek típusai és a cégek teljesítményének növekedése a gazdasági növekedés szempontjából létfontosságúak (Sternberg - Wennekers 2005; Wong et al., 2005).

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

Számos tanulmány foglalkozik azzal, hogy tanítható-e az entrepreneurship (Vesper-Gartner 1997, Kloststen 2000, Kuratko 2003, Todorovic 2004, Henry 2005, Klein-Bullock 2006). Azon kutatók, akik szerint nem tanítható, abból indulnak ki, hogy az egyes emberek vállalkozói tulajdonságokkal születnek (ez az ún. „tulajdonságelmélet”) (Todorovic 2004). Egy másik megközelítés szerint a vállalkozói szerepet gyakran kulturális vagy gyakorlati úton sajátítják el. Ez utóbbi alátámasztja azt a nézetet, hogy az „entrepreneurship” oktatáson és képzésen keresztül is befolyásolható. Szerb és Márkus (2007a) a vállalkozóvá válás és a felsőoktatási környezet közötti kapcsolatot vizsgálta. A kutatásaikból kiderült, hogy a felsőoktatási képzés és a vállalkozói hivatás választása pozitív korrelációt mutat. A szerzők

több vizsgálatot is végeztek a témában (Szerb-Márkus 2007a, 2007b), amely során arra az eredményre jutottak, hogy pozitív hatás fedezhető fel a vállalkozói kurzusokat felvevők és a vállalkozói karriert választók között. Ugyanígy Gubik (2013) kutatásai is alátámasztják a képzés vállalkozásindításra gyakorolt hatását, rendkívül szemléletes példa, hogy egy további vállalkozói kurzus felvétele 13%-kal növeli annak az esélyét, hogy egy hallgató vállalkozásindítást tervezzen. A vállalkozóvá válás elősegítésének és új vállalkozás létrehozásának szentelt tantervek és programok közelmúltbeli növekedése és fejlesztése figyelemre méltó.

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

## **2. A kutatás célja**

A XXI. században a kreativitás, az innováció és a vállalkozás fogalmak váltak a modern gazdaságfejlesztés kulcsfaktoraivá. A kis-és középvállalkozások egyaránt fontos szerepet játszanak az Európai Unió versenyképességének növelésében, gazdasági fejlődésben, valamint az önmegvalósításban.

Az utóbbi években a vállalkozóvá válás, annak ösztönzése, illetve a vállalkozásoktatás rendkívül nagy figyelmet kapott a fejlett országokban. Mindez számos okra vezethető vissza: a tudásintenzív kis-és középvállalkozások gazdaságfejlesztésben betöltött szerepe, az egyre „divatosabb” startupok és kapcsolódó „ökoszisztéma” kialakulása, a vállalkozói létforma felértékelődése az egyéni jövőképben stb.

A vállalkozói létforma egyik megvalósulási formája a különböző egyetemekenről, kutatóhelyekről kipörgő cégek sokasága. Jelen kutatás keretein belül a kutatóhelyekről

kipörgő cégek fogalmát a lehető legbővebben értelmezzük. Ebbe éppúgy beletartoznak a felsőoktatásban részt vevő hallgatók által alapított, ún. hallgatói vállalkozások mint a klasszikus kutatók létrehozott spin-off cégek.

A fentiek következtében egyre markánsabban felmerül az a kérdés, hogy a felsőoktatási intézmények – összhangban az egyre erősödő harmadik missziójukkal – milyen módon tudnának aktívabb szerepvállalást tanúsítani ezen a területen. A nemzetközi tendenciák világosan érzékeltetik a terület felértékelődését az elmúlt 20 évben, gyakorlatilag megszámlálhatatlan különféle megjelenési formája alakult ki az egyetemek vállalkozástámogatási szerepvállalásának.

Érdeklődésem az utóbbi években a kreativitás-innováció-vállalkozás hármásának lehetséges „melegágya”, az egyetem, annak vállalkozó-egyetemmé válása, illetve vállalkozásalapításban betöltött (betölthető) szerepe felé irányult. Annak ellenére, hogy az elmúlt évtizedekben az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Európában a vállalkozóvá válás ösztönzése folyamatosan fejlődik újabb és újabb programok, kurzusok keretein belül, addig a Szegedi Tudományegyetemen még nem indult el – néhány szigetszerű kezdeményezéstől eltekintve – egy ilyen markáns elmozdulás. Éppen ezért disszertációm a Szegedi Tudományegyetemen megvalósítható vállalkozásfejlesztésnek, vállalkozásoktatásnak szentelem.

*A kutatás célja a Szegedi Tudományegyetem vállalkozásfejlesztési-vállalkozásoktatási modell keretrendszerének kidolgozása az amerikai és nyugat-európai jó gyakorlatokból adaptálható módszerek, primer kutatásokból származó eredmények felhasználásával.*

A kutatási cél eléréséhez első lépésben áttekintem a releváns szakirodalmat, azon belül is három fő területet érintek. Egyrészt megvizsgálom az egyetemek változó szerepvállalásának legfőbb jellegzetességeit, kitérve a triple helix modellre és továbbfejlesztési lehetőségeire. Másrészt a tanulható és tanítható-e az „entrepreneurship” – szakmát is megosztó – kérdését elemzem. Ezt követően a vállalkozásoktatás fogalmát, céljait tekintem át annak érdekében, hogy kijelöljek egyfajta határt, amelyen belül tovább vizsgálódok. Végül – a későbbi keretrendszer kidolgozása megalapozása céljából – vállalkozásoktatási modelleket mutatok be.

Szekunder kutatásaim során a „piacvezető”, azaz a vállalkozásoktatás területén vezető szereppel bíró amerikai intézmények közül a Princeton Review rangsora élén szereplő intézményeket, valamint az MBA50.com Premiership 2013 alapján kiválasztott vezető nyugat-európai intézményeket vizsgálom. Úgy gondolom, hogy a Szegedi Tudományegyetem

vállalkozásfejlesztési-vállalkozásoktatási modell kereteinek kidolgozásához szükséges mind az elméleti modellek áttekintése, mind a gyakorlati példák elemzése. Éppen ezért kísérletet teszek az elméleti modellekből, valamint a jó gyakorlatokból adaptálható módszerek összegyűjtésére, valamint javaslatot teszek ezen módszerek szegedi adaptációjára.

Nyilvánvalóan a társadalmi-gazdasági, illetve kulturális különbségek következtében nem „másolható” le a „legjobb gyakorlat” – többek között azért sem, mert nem is létezik. Attól függően, hogy milyen környezetben, milyen szabályok szerint működik egy adott intézmény, számtalan hatás befolyásolja saját módszerének kialakulását, fejlődését. Emellett a vállalkozói létforma sokfélesége a vállalkozásoktatás sokféleségében is megjelenik. Kétségtelenül léteznek közös (és szükséges) szempontok (pl. vállalkozásindítás, könyvelő választása), azonban ezeken túl minden vállalkozás más és más, hiszen maga a vállalkozó személye is minden esetben egyedi, ami magában hordozza a vállalkozásoktatás sokszínűségének szükségességét is.

Végül, dolgozatom hatodik fejezetében bemutatom empirikus vizsgálataim, a kérdőíves kutatás és szakértői interjúk legfontosabb eredményeit. Továbbá – a szakirodalom és az empirikus kutatások eredményei alapján – három szinten fogalmazok meg javaslatokat a Szegedi Tudományegyetem vállalkozásfejlesztési-vállalkozásoktatási modelljének kereteire.

A szakirodalmi és az empirikus kutatást az alábbi kérdések figyelembevételével folytattam:

1. Az egyetemek szerepvállalásának vizsgálata: hogyan változik az egyetem szerepe és válik vállalkozóvá?
2. Mennyire taníthatóak a vállalkozói készségek? Az oktatással mennyire segíthető elő a vállalkozóvá válás?
3. Az egyetemi vállalkozásoktatás milyen módszerekkel érhet el valós és hatékony eredményeket?
4. Az Amerikai Egyesült Államokban már nagy múlttal rendelkező intézményektől milyen, vállalkozásoktatással kapcsolatos módszerek, tapasztalatok adaptálhatók a Szegedi Tudományegyetem részére?
5. A kulturális-társadalmi szempontból nagyobb hasonlóságokat mutató európai intézményektől milyen közös módszerek/irányelvek vehetők át?
6. A szakértői interjúk alapján mely pontok lehetnek az SZTE vállalkozásfejlesztési-vállalkozásoktatás modelljének alapkövei?

### **3. Az értekezés felépítése és az alkalmazott módszerek**

Véleményem szerint a Szegedi Tudományegyetem vállalkozásfejlesztési-vállalkozásoktatási modell kereteinek kidolgozásához szükséges mind az elméleti modellek áttekintése, mind a gyakorlati példák elemzése. Éppen ezért kísérletet tettem az elméleti modellekből, valamint az amerikai és nyugat-európai gyakorlatokból adaptálható módszerek összegyűjtésére, szintetizálására, illetve a leggyakrabban megjelenő jó gyakorlatok adaptációs lehetőségeinek feltérképezésére. Ennek érdekében a különböző rangsorok alapján kiválasztottam a legjobb vállalkozói képzéssel bíró európai és amerikai egyetemeket, majd egy előre meghatározott szempontrendszer alapján részletesen elemeztem 10 európai és 9 amerikai vezető egyetem vállalkozásoktatási gyakorlatát.

A nemzetközi példák, illetve az adaptálható tényezők áttekintése után a vizsgálódás fókuszában az SZTE-n megvalósítható vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási modell keretének tényezői állnak. Ahhoz, hogy megvizsgáljuk az SZTE és kapcsolódó intézményei (GVK) által nyújtandó szolgáltatásokat, illetve az elvégzendő feladatokat, úgy gondolom, hogy elengedhetetlen a helyi szereplők véleményének megismerése. Éppen ezért primer kutatást végeztem, amely három részre osztható. Egyrészt kériőves kutatásom során 400 Dél-Alföld régió megyéiben (Békés, Bács-Kiskun és Csongrád) székhellyel rendelkező tudásintenzív vállalkozást kérdeztem meg arról, hogy milyen tényezők járultak hozzá a vállalkozás elindításához, illetve véleményük szerint az egyetemnek milyen szerepe van a vállalkozás létrehozásában, valamint az egyes kurzusoknak milyen jelentőséget tulajdonítanak a válaszadók.

Másrészt olyan szakértőkkel, illetve vállalkozókkal készítettem szakértői interjúkat, akik nagymértékben hozzájárulhatnak az SZTE vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási modelljének sikerességéhez. Harmadrészt, a kört tovább szűkítve, hallgató korukban vállalkozást indító vállalkozókkal készített mélyinterjúkkal igyekeztem megfelelő alapot biztosítani az SZTE vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási modell keretének.

A továbbiakban a szakirodalmi áttekintés, szekunder kutatásom, valamint primer kutatásaim alapján megfogalmazható téziseimet ismertetem. Az itt bemutatott tézisek egyrészt összegzik az áttekintett ismereteket, másrészt alapot szolgáltatnak az SZTE vállalkozásfejlesztési-vállalkozásoktatási modellem keretrendszerének.



## **Szakirodalom és szekunder kutatásom alapján megfogalmazott téziseim**

*1. Tézis: A vállalkozói attitűd annak ellenére, hogy részben veleszületett tulajdonságokon, részben pedig gyermekkori szocializáción alapul, vállalkozásoktatással kialakítható, sőt megerősíthető még a felsőoktatás keretein belül is.*

Kutatásomban részletesen elemeztem, hogy számos tényező befolyásolhatja a vállalkozói attitűd kialakulását, vállalkozóvá a válást (közvetlen környezetben van-e vállalkozó, veleszületett tulajdonságok, vállalkozói attitűd mikor kezd kialakulni stb.), de az egyik legmeghatározóbb tényező pontosan az oktatás. Kísérletet tettem annak igazolására, hogy a vállalkozásoktatás megfelelő eszköznek tekinthető az újonnan létrehozott vállalatok túlélési és sikerességi rátájának növelésében. A felsőoktatás alapvetően két módon járulhat hozzá a vállalkozói attitűd kialakulásához, megerősítéséhez: egyrészt üzleti ismeretek átadásával (elméleti megalapozás), másrészt a vállalkozói készségek fejlesztésével (gyakorlati megközelítés).

*2. Tézis: A módszertanilag megalapozott üzletviteli, menedzsment ismeretek mind a vállalkozás indításában, de különösen a vállalkozás sikeres működtetésében nagy jelentőséggel bírnak, ezért ezek is szükséges, de nem elégséges feltételei a vállalkozóvá válásnak.*

A szakirodalom hangsúlyozza, hogy a vállalkozói ismeretek és a menedzsment ismeretek nem azonosak egymással, ezzel együtt szorosan kapcsolódnak és mindkettőre szükség van a sikeres vállalkozásoktatás megvalósításához. Annak ellenére, hogy az üzleti, üzletviteli ismeretek elsajátítása nem azonos a vállalkozói kompetencia-fejlesztéssel, kutatásaim meggyőztek arról, hogy általánosságban még az ilyen ismeretek oktatásában is vannak előrelépési lehetőségek, mert a felsőoktatási gyakorlat még ezeknek a kihívásoknak sem tud gyakran megfelelni. Az ilyen jellegű tárgyi tudás ismertetése bevezető lépése lehetne a vállalkozóvá váláshoz szükséges ismeretek átadásának.

*3. Tézis: A vállalkozói kompetenciák egy része tanulható, illetve oktatási tevékenységgel fejleszthető. Ezért a felsőoktatásban a hatékony vállalkozásoktatáshoz elengedhetetlen a vállalkozói készségek, kompetenciák tudatos fejlesztése.*

Annak ellenére, hogy a vállalkozásoktatás keretein belül az oktatók nem képesek vállalkozókat „létrehozni”, ahogy nem tudják a vállalkozói siker receptjét sem megalkotni, rámutattam, hogy azért oktathatják az új vállalkozás elindításához, illetve működtetéséhez

szükséges ismereteket. Ehhez azonban elengedhetetlen – megfelelő módszertan alkalmazásával – a hallgatók vállalkozói kompetenciáinak fejlesztése, amelyek olyan módszerekkel alakíthatók mint például workshopok, cselekvés-alapú tanulási módok, problémalapú tevékenységek, szituációs gyakorlatok, vagy akár valódi vállalkozás megalapításában részvétel. Attól függően, hogy ismeretátadás, vagy készségek fejlesztése a cél, eltérő módszertant szükséges alkalmazni a vállalkozásoktatás során.

*4. Tézis: A vállalkozói kompetenciák fejlesztésében egyértelműen kulcsfontosságú az ismeretátadás-készségfejlesztés megfelelő arányának kialakítása. Az általános gyakorlati túlsúly mellett azért megfelelő figyelmet kell fordítani a tantermi oktatási megoldásokra is.*

A vállalkozásoktatás négy alapvető célja a vállalkozói szemléletmód kialakítása, új vállalkozás indításához és működtetéséhez szükséges ismeretek biztosítása, illetve vállalkozói készségek, képességek fejlesztése. A vállalkozásoktatás során egyaránt figyelmet kell fordítani az új vállalkozás létrehozásának aspektusaira (jellemző problémák áttekintése a kezdeteknél), valamint az üzleti ismeretekre (menedzsment, üzleti terv, kockázati-tőke bevonás), amelyek meglehetősen fontosak a növekedés későbbi szakaszaiban is. A vállalkozásoktatás alapvetően három, logikailag is egymásra épülő formában valósulhat meg: tantermi oktatási forma, szimulált vállalkozói tevékenységek, illetve valódi vállalkozás létrehozása.

A tantermi oktatási forma (pl. tanári előadás, meghívott előadók) az ismeretek átadására koncentrálnak, nem igazán alkalmas a vállalkozói készségek fejlesztésére, azonban azoknak egy megfelelő alapot tud biztosítani a szükséges elméleti háttér átadásával. Emellett az ismertett esetpéldák és vállalkozó létformákba történő bevezetés a vállalkozói attitűdformálásban nagy szerepet játszik. A szimulált vállalkozás esetében már vállalkozói képességek, készségek fejlesztéséről is beszélhetünk, hiszen ebben az esetben már gyakorlatban ismerkedhetnek a hallgatók a vállalkozói léttel, anélkül, hogy a valós kockázatokkal számolniuk kellene. Végül, a valódi vállalkozás alapítása során már „kézzelfoghatóvá” válik a vállalkozói létforma, hiszen a hallgatók megtapasztalják, hogy milyen vállalkozónak lenni. A sikeres vállalkozásoktatás egyik meghatározó alappillére a modern oktatási módszerek konzekvens alkalmazása.

*5. Tézis: A felsőoktatás keretein belül a vállalkozóvá válás elősegítéséhez megfelelő szervezeti kompetenciákkal és kidolgozott vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási stratégiával bíró szervezeti egységekre van szükség.*

A vállalkozó egyetem hármass missziója (oktatás-kutatás-vállalkozás), illetve a nemzeti és uniós célkitűzések (vállalkozói oktatás és képzés, vállalkozói környezet kialakítása, valamint társadalom problémás csoportjainak támogatása) is alátámasztják, hogy az egyetemeknek meghatározó szerepük lehet a vállalkozóvá válás kialakításában. A sikeres felsőoktatási intézményi modellek, példák egyértelműen rámutattak arra, hogy szükség van megfelelő szervezeti kompetenciákkal és kidolgozott vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási stratégiával bíró szervezeti egységekre. Kutatásomban rámutattam arra, hogy a sikeres intézmények az esetek egy jelentős részében több (egy-egy területre specializálódott) központtal rendelkeznek, amelyek különböző szolgáltatásokat nyújtanak: mentorálás, tanácsadás, képzések, vállalkozói szemléletformáló rendezvények.

### **Primer kutatásom alapján megfogalmazott téziseim**

*6. Tézis: A hazai egyetemek szerepvállalása még nem megfelelően erős a vállalkozóvá válás elősegítésében.*

A 400 vállalkozást vizsgáló kutatás eredményei rávilágítottak arra, hogy a fogadói oldalon is eltérő elvárások jelennek meg az egyetem szerepvállalásával kapcsolatban. A dél-alföldi régióban a vállalkozók egyszerűen nem úgy tekintenek az egyetemre, mint vállalkozásalapításban és működtetésben segítséget nyújtó intézmény. Egyelőre még az egyetem csupán a kapcsolatok kiépítésében játszik meghatározó szerepet a visszajelzések alapján.

*7. Tézis: A sikeres vállalkozásoktatási tevékenység egyik legfontosabb kockázati tényezője pontosan a hallgatók által elképzelt jövőkép.*

Az SZTE (volt) hallgatói körében végzett kutatásom során arról is meggyőződtem, hogy a jelenlegi hallgatók meghatározó hányada számára nem reális jövőkép a vállalkozóvá válás. A hallgatók túlnyomó része végzést követően alkalmazotti pozícióban képzelel el magát, elenyésző hányaduk gondolkozik vállalkozásalapításon. Hosszabb távon ez a kép kissé átalakul, azonban még mindig komoly lemaradások tapasztalhatók ezen a területen. Pontosan ezért bír kiemelt jelentőséggel a vállalkozói attitűd formálását szolgáló tevékenység, amely ilyen értelemben a vállalkozóvá válás „nulladik lépésének” tekinthető. Hiába építünk módszertanilag megalapozott, szakmailag tökéletességre törekvő vállalkozásoktatási rendszereket, ha hallgatói oldalról erre nincs érdemi igény.

*8. Tézis: A Szegedi Tudományegyetemen belül - a szakirodalom és nemzetközi tapasztalatok alapján - szükség van egyetlen elkülönült szervezeti egységre, amely koordinálja a rendelkezésre álló szűkös erőforrásokat, valamint az egyes karok vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási tevékenységeit.*

Az ötödik téziszből kiderült, hogy szükség van egyetemtől elkülönült szervezeti egységekre a vállalkozásfejlesztési, vállalkozásoktatási tevékenységekre, azonban az SZTE esetében elegendő egyetlen elkülönült szervezeti egység létrehozása az SZTE-n belül. Ezen egység meglehetősen sokszínű tevékenységet kell, hogy folytasson, elkülöníthetők a vállalkozói attitűd kialakításával és megerősítésével kapcsolatos szolgáltatások, illetve a vállalkozásalapításhoz, és működtetéshez kapcsolódó szolgáltatások. Az organikus fejlődés elvének megfelelően a célcsoportok kialakítása során első körben mindenképp a hallgatók megcélzását tartom elsőrendű feladatnak.

*9. Tézis: Önmagában a sikeres vállalkozásoktatási tevékenység egyszerűen kevés. A gazdaságfejlesztés, és vállalkozásfejlesztés nem választható el egymástól, számos ponton kapcsolódnak egymáshoz.*

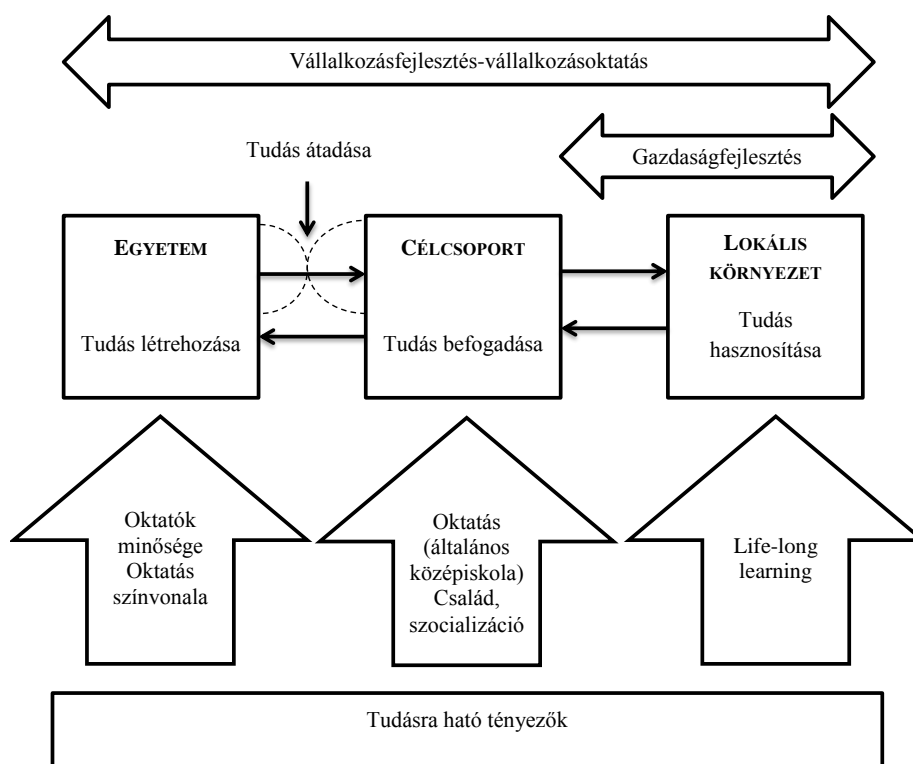
Ahhoz, hogy az egyetemi ilyen irányú tevékenysége valóban hozzájáruljon az adott térség versenyképességének növeléséhez elengedhetetlen a párhuzamosan zajló tudatos gazdaságfejlesztési tevékenység. Annak érdekében, hogy az egyetemi oktatás (így a vállalkozásoktatás) keretein belül felkészített friss diplomások a régióban maradjanak, továbbá lokális vállalkozásokat alapítsanak, meg kell teremteni a megfelelő helyi üzleti környezetet, hálózatokat a vállalkozók számára, mindehhez azonban már egyértelműen tudatos gazdaságfejlesztési beavatkozásokra is szükség van.

#### **4. Az értekezés főbb eredményei**

Kutatásom lezárásaként a szakirodalmi áttekintés tapasztalatai, a megismert jó gyakorlatok, illetve a szakértői interjúk legfontosabb üzenetei alapján kísérletet teszek a SZTE vállalkozásfejlesztési-, vállalkozásoktatási modell keretrendszerével kapcsolatos javaslatok megfogalmazására.

A konkrét javaslatok előtt, előjáróban rávilágítnék a modell neuralgikus pontjaira, számos kockázati tényező jelenik meg egy ilyen jellegű tevékenység esetén (1. ábra).

1. ábra: Vállalkozásfejlesztés – vállalkozásoktatás kritikus pontjai



Forrás: saját szerkesztés

Amennyiben az egyetemet vizsgáljuk a „tudás” szempontjából, akkor az első problematikus terület a konkrét, átadandó tudás (képzéssel kapcsolatos és vállalkozói tudás) tartalma, mennyisége, minősége lehet. Szükséges feltétel az, hogy **érdemi tudásbázis álljon rendelkezésre**. A minőségi tudás létrehozásához elengedhetetlen a minőségi oktatói bázis. A tapasztalatok rámutattak, hogy érdemi vállalkozói kompetenciákkal rendelkező, hiteles személyiségekkel lehet eredményes vállalkozásoktatási tevékenységet folytatni. A vállalkozásoktatás szempontjából ez azt jelenti, hogy olyan oktatókra (is) szükség van, akik vállalkozói tapasztalattal és kompetenciákkal rendelkező gyakorló vállalkozók.

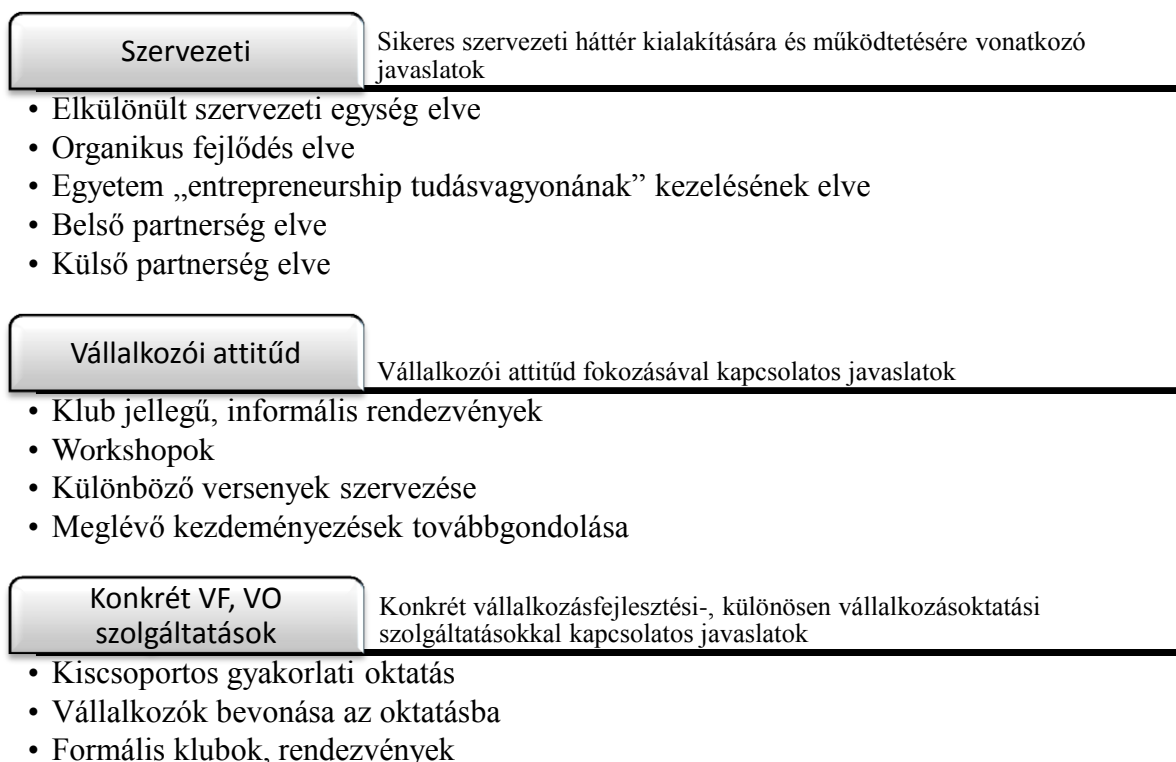
A következő neuralgikus pont a tudás átadásának mikéntje, azaz a lehető legjobb módszertani háttér. Meggyőződtem arról, hogy a tudás rendelkezésre állása csak szükséges, de nem elégséges feltétele a sikeres vállalkozásoktatásnak. Ehhez szorosan kapcsolódik a következő feltétel: **az átadás során meglévő fogadó oldali aktivitás**. Hiába állnak rendelkezésre a megfelelő módszertani eszközök, ha a fogadó oldal nem partner ezeknek az alkalmazásában (ábrán szaggatott vonal), emellett szükség van a folyamatos visszajelzésekre annak érdekében, hogy az egyetem felmérje a célcsoportok (hallgatók, kutatók, vállalkozók, általános-középiskolai tanárok) igényeit, illetve oktatás minőségét, megfelelőségét. Nem

csupán arra kell helyezni a hangsúlyt, hogy mit nyújt, vagy nyújthat egy egyetem, hanem arra is, hogy az egyetemet látogató hallgatók milyen „szolgáltatáscsomagokat” várnak el a felsőoktatástól. Éppen ezért meg kell vizsgálni a fogadó oldal általános motiváltságát, ha nem igénylik az ilyen jellegű kompetenciák bővítését, akkor gyakorlatilag irreleváns, hogy milyen ismeretek, milyen módszertannal történő átadására törekszünk. Ebben az esetben két kérdést kell megvizsgálni: **szükség van-e a vállalkozói tudásra, illetve képes-e befogadni** a célcsoport ezen ismereteket. A vállalkozásoktatást illetően számos tényező befolyásolhatja mind a tudás átadás, mind a tudás befogadás folyamatát, így például a korábbi (általános- és középiskolai) oktatásban végzett vállalkozói attitűdformálás (vagy annak hiánya), közvetlen környezetben (család, barátok) fellelhető vállalkozói minták, szocializáció.

Végül, az utolsó kérdéskör **a tudás hasznosítása**, hiszen a tudás létrehozása, átadása, befogadása csak akkor eredményes, ha végül megfelelően hasznosul. A vállalkozásoktatás esetén a vállalkozói ismeretek megszerzése, kompetenciák kialakulása csak akkor fejt ki érdemi gazdaságfejlesztési hatást, ha a célcsoportok a régióban maradnak, és itt hoznak létre vállalkozásokat (nem pedig külföldre viszik a tudást). Ellenkező esetben felléphet az „agyelszívás”, amikor a képzett munkaerő elhagyja a régiót (Lengyel 2010). Ehhez azonban egyértelműen és határozottan szükség van a megfelelő üzleti környezetre, infrastruktúrára, hálózatokra (vállalati, egyetemi, K+F), helyi vállalkozások támogatására, mindehhez azonban már tudatos gazdaságfejlesztési beavatkozások kellenek.

A javaslatok első logikai egysége a sikeres szervezeti háttér kialakítására és működtetésére vonatkozó javaslatok, amelyeket „elvek” szintjén fogalmaztam meg. A második logikai egység az összességében a vállalkozói attitűd fokozásával kapcsolatos javaslatok halmaza. Az általános megállapítások mellett ezen a területen már konkrét lehetőségek, akciók is bemutatásra kerültek. A harmadik logikai egység az összességében a szervezet által nyújtott konkrét vállalkozásfejlesztési-, különösen vállalkozásoktatási szolgáltatásokkal kapcsolatos javaslatok halmaza (2. ábra).

## 2. ábra: Javaslatok felépítése



*Forrás:* Saját szerkesztés

### **Szervezeti javaslatok**

A javaslatok első szintje a szervezeti javaslatok, amelyek az alábbi elvek mentén rendszerezi a Központ szervezetével kapcsolatos elképzeléseimet:

- Elkülönült szervezeti egység elve
- Organikus fejlődés elve
- Egyetem „entrepreneurship tudásvagyonának” kezelésének elve
- Belső partnerség elve
- Külsőpartnerség elve

#### *Elkülönült szervezeti egység elve*

A nemzetközi jó gyakorlatok és az áttekintett egyetemi példák világosan rámutattak, hogy az egyetemen egy elkülönült, relatíve önállóan működő vállalkozásfejlesztési központot kell kialakítani, amely szolgáltatásokat nyújt mind az egyetem egésze számára, mind pedig a külső stakeholderek irányába. Értelemszerűen egy ilyen szervezeti egység működtetésére és fenntartására csak abban az esetben van szükség, ha valóban sikerül megtölteni érdemi tartalommal. Ezzel összhangban rendkívül érdekes kérdés a szervezet finanszírozása. Az ilyen

jellegű beavatkozásoknál egy viszonylag járható útnak tűnik egy három szinten megvalósuló finanszírozási lépcső, amely megteremti a minimálisan szükséges háttérrel.

- **Induló finanszírozás.** Ez főszabályként az Egyetem feladata. Mérlegelésre érdemes, hogy a Központ által Egyetemre befelé nyújtható potenciális szolgáltatások, illetve a későbbiekben esetleg bekövetkező jövedelemtermelő képesség lehetősége „mennyit ér meg”. Értelemszerűen ez a tényleges indulási fázis valamilyen időtávon történő finanszírozása.
- **Pályázati forrásokból történő bevételszerzés.** Amennyiben a minimálisan szükséges humán és tárgyi infrastruktúra rendelkezésre áll, ez kézenfekvő forrásszerzési lehetőség. Áttekintve a következő programozási periódusra vonatkozó elképzeléseket az „entrepreneurship” az egyik kiemelt fókusz a fejlesztéseknek. Gyakorlatilag kizárt eset, hogy – amennyiben erre valóban van közös egyetemi akarat – ne lennének beleilleszthetőek a Központ bizonyos aktivitásai különböző H2020-as, illetve hazai operatív programok pályázataiba, illetve ne tudna akár a Központ önálló pályázatokat benyújtani. Jelenleg is pályázati forrásból üzemel ezen kezdeményezés.
- **Saját szolgáltatási bevételek.** A sikeres nemzetközi példák világosan rámutattak, hogy egy színvonalas szolgáltatási portfólióval rendelkező vállalkozásfejlesztési központ érdemi jövedelemtermelő képességgel bírhat. Ez a lehető legtágabban értelmezendő, ebbe a körbe besorolhatók a különféle képzésekből, tanácsadásokból realizálható direkt bevételektől egészen a mentorált vállalkozások jövőbeni bevételeinek központra eső részéig minden – ami jelen szervezet esetén saját „üzleti” tevékenységének bevételének tekinthető.

Ezzel kapcsolatban feltétlenül megjegyezném, hogy a finanszírozás kérdése fontos, de egyértelműen nem elsődleges kérdés. Mind a személyes véleményem, mind a szakértői interjúk alapján kijelenthető, hogy az akarat (mind egyetemi vezetői szinten, mind a Központ munkatársainak szintjén), elkötelezettség, motiváció számottevően fontosabb, mint a finanszírozás problematikája. Ráadásul – amennyiben érdemi eredményeket sikerülne felmutatni – meggyőződésem, hogy a szükséges finanszírozási háttér is megteremtődne mind egyetemi, mind vállalati oldalról.



Másik oldalról hosszabb távon egy Vállalkozásfejlesztési Központtal szemben teljesen reális elvárás, hogy biztosítsa fenntartását, azaz a működési önfenntartás elérése alapkövetelmény<sup>1</sup>. Meggyőződésem, hogy a pályázati és üzleti bevételek – megfelelően színvonalas működtetés mellett – már rövidtávon belül is biztosítani tudják a Központ fennmaradását, illetve szükséges fejlődését.

#### *Organikus fejlődés elve*

Általánosságban azért az interjúalanyok jelentős hányada egyetértett abban, hogy a Központnak egy „organikus fejlődésen” kell keresztülmennie, mind a célcsoportok, mind a nyújtott szolgáltatások területén. Kiindulásként érdemes átgondolni azt az alapvető kérdéskört, hogy pontosan milyen célcsoportnak és milyen szolgáltatásokat kell nyújtani (Ezzel a kérdéskörrel a konkrét aktivitásoknál részletesen foglalkozom). Főszabályként első az egyetemen belüli célcsoportoknak (hallgatók, kutatók) lehetne először a szemléletformáló rendezvényeket, partnerség építéseket nyújtani, illetve az egyszerűbb szolgáltatásokat biztosítani (különös tekintettel a vállalkozói képzésekre). Ahogy az interjúk is rámutattak minden szervezetnek folyamatosan kell felépülnie, így a Központnak is első lépésben a hallgatókat, kutatókat kell megcéloznia egyrészt azért, mert könnyen elérhetőek, másrészt azért is, mert már létezik egyfajta bizalom a szereplők között. Majd a szervezet tanulásával és erősödésével párhuzamosan kellene bővíteni mind a célcsoportot, mind a nyújtott szolgáltatások körét. Bármely célcsoportot is nézzük, nagyon fontos az egyes csoportok szükségleteinek felmérése, illetve a kereslet megteremtése.

#### *Egyetem „entrepreneurship tudásvagyonának” kezelésének elve*

Különösen fontos (kiemelt) feladat lehetne egy ilyen Központ számára az „entrepreneurship tudásvagyon” kezelése. Jelenleg nincs egy áttekintő összegzés arról, hogy milyen vállalkozástámogatási projektek zajlottak, zajlanak jelenleg is az SZTE-n, nincsenek ezekkel kapcsolatban összegezve a tapasztalatok, jó gyakorlatok. Számos sikeres és kevésbé sikeres kezdeményezés volt az elmúlt néhány évben, érdemi megalapozó tanulmányok születtek, tényleges primer kutatások zajlottak. A Központ egyik alapfeladata ennek a közös tudásnak, tapasztalathalmaznak a naprakészen tartása, szintetizálása lenne, amely hosszabb távon kiegészülhetne ezen tudás megosztásával is, első körben egyetemen belül, második körben akár egyetemen kívül is. Ennek a feladatnak a megvalósítása biztos alapot jelenthetne a lehetséges

---

<sup>1</sup> Már csak azért is, mert a Központ – többek között - a vállalkozóvá váláshoz, illetve sikeres működéshez nyújtana segítséget, így igen visszás képet mutatna, ha önfenntartásra képtelen egy ilyen jellegű szolgáltatásokat nyújtó intézmény.

fejlődési lehetőségek feltérképezéséhez, illetve a további koordinált vállalkozástudományi kutatások folytatásához. Ezen felül egy érdemben karbantartott tudásvagyon ezen a területen számos területen kézzelfogható előnyöket jelenthet kezdve a vállalkozói attitűdformáló rendezvényektől egészen a jövőben benyújtandó pályázatok megalapozásáig.

#### *Belső partnerség elve*

A SZTE-n belüli együttműködés (Innovációs Igazgatóság + GTK + Központ), együtt gondolkodás jelentős mértékben növelné az egyes kezdeményezések, programok sikerességét. A tudásintenzív gazdaságban az innováció és a vállalkozás szorosan összekapcsolódó fogalmak. Éppen ezért a megfelelő intézmények együttműködése elengedhetetlen a sikeres és hatékony működés eléréséhez.

Bármilyen tevékenység esetén kulcs sikertényező az egyes karokkal történő szoros együttműködés. Több interjúalany is rámutatott, hogy a Központ egyik legfontosabb feladata a koordináció, illetve a Karokon tevékenykedő lelkes emberek munkájának támogatása lehet. Ehhez viszont alapfeltétel a szoros partneri kapcsolat.

A formalizált, SZTE-n belüli intézmények közötti kapcsolatok mellett nagyon fontos az alumni kapcsolatok ápolása. Az SZTE-n végzett sikeres vállalkozók oktatásba, informális rendezvényekbe történő bevonása, vagy akár különböző versenyek – szakértői, pénzügyi – támogatására történő felkérése szintén egy fejlesztendő terület.

#### *Külső partnerség elve*

Az amerikai és európai példák tapasztalatainak megfelelően az alábbiak létrehozását érdemes végiggondolni:

- Lokális és globális stratégiai partnerek hálózata
- „Business lab” létrehozása

A lokális és globális stratégiai partnereken belül az alábbi hálózatok kiépítésére lenne szükség a hatékony vállalkozásoktatás és vállalkozásfejlesztés érdekében:

- Kis- és középvállalkozások összegyűjtése, amelyek biztosítják a mentorokat a hallgatók számára, valamint az egyetemi kurzusokba integrálásukkal nagymértékben hozzájárulnak a vállalkozásoktatás hatékonyságának növeléséhez. Kis- és középvállalkozók bevonása a képzésbe és saját példájukon keresztül a hallgatók megismerkedhetnek ezzel a létformával.

- Amerikai és európai egyetemek hálózata, amelyek biztosítják a hallgatói mobilitást, hallgatócserét, amely a nemzetközi példák szerint egyik meghatározó részét képezik a vállalkozásoktatásnak.
- Nemzetközi kapcsolatok erősítése a régióban: nyitni Szerbia, Románia felé. Vállalkozásoktatás területén egy lépéssel előrébb járunk, ki kell használni az ebben rejlő lehetőségeket.

A „Business lab” egy olyan teret és alkalmat teremt a hallgatóknak, ahol megoszthatják ötleteiket, vállalkozásalapítással kapcsolatban támogatást kaphatnak, illetve hasonló elképzeléssel, motivációval rendelkezők egyfajta gyűjtőhelyet hoz létre.

### **Vállalkozói attitűd fokozásával kapcsolatos javaslatok**

Jelenleg a vállalkozóvá válás még mindig nem reális jövőkép, bár a startupok előtérbe kerülésével már a hallgatókban is többen elgondolkoznak a vállalkozásalapításon. Általában a hallgatókban nincs még meg az a vállalkozói attitűd, ami vállalkozásalapításra készítetné őket. Mindez visszavezethető arra, hogy a középiskolában nem találkoznak vállalkozói attitűdformáló tanórákkal, előadásokkal, így azoknál, akik a családjukban nem találkoznak vállalkozókkal nem alakul ki, sőt nem is tud kialakulni a vállalkozói attitűd. Mindez tovagyűrűzik az egyetemen, ahol a hallgatók másod-harmadéves korukra jutnak el arra a szintre, ahol elkezdhet formálódni az egyetem oktatói közege által a vállalkozói attitűd, ami már majdhogynem késő. Éppen ezért szükség van olyan lehetőségekre, amelyek – akár informális kereteken belül – elősegítik az attitűdformálást.

Az alábbiakban néhány, konkrét akciót fogalmazok meg, amelyek megvalósítása viszonylag kis ráfordítással a közeljövőben megvalósíthatók:

- Klub jellegű, informális rendezvények szervezése, ahol vállalkozók-hallgatók kötetlenül beszélgethetnek a vállalkozói létformáról, tapasztalataikról.
- Workshopok szervezése a vállalkozási sikeresség növekedése érdekében.
- Különböző versenyek szervezése (üzleti terv, startup stb.).
- Az SZTE-n jelenleg is működő „Használhatóbb tudást – hasznosabb munkaerőt!” - hallgatói gyakornoki program több klaszterre történő kiterjesztése, valamint több gyakornoki hely megteremtése nagymértékben hozzájárulna a valós gyakorlati tapasztalatok és tudás megszerzéséhez.

## **Konkrét vállalkozásfejlesztési-, különösen vállalkozásoktatási szolgáltatásokkal kapcsolatos javaslatok**

A konkrét szolgáltatások megnevezéséhez elsősorban a megfelelő célcsoportok kiválasztására van szükség. Első körben a megcélzott célcsoport a hallgatók lennének, hiszen az SZTE őket tudja legkönnyebben és leghatékonyabban elérni. Emellett a Központnak is egyfajta rutint kell szerezni ahhoz, hogy sikeresen működjön és „beletanuljon” a folyamatokba. A későbbiekben ez a kör kibővíthet a potenciális vállalkozókra, meglévő vállalkozókra stb. Ennek megfelelően a szolgáltatások is fejlődnének és bővülnének az egyes célcsoportok igényeinek megismerésével és a szükséges gyakorlat megszerzésével.

Amennyiben a hallgatókat nézzük, akkor az amerikai, nyugat-európai, valamint szakértői interjúk alapján a következő pontok mentén szükséges vizsgálnunk:

1. Kiscsoportos gyakorlati oktatás
2. Vállalkozók bevonása az oktatásba
3. Formális rendezvények, fórumok

### **Kiscsoportos gyakorlati oktatás**

Mind a nemzetközi gyakorlat, mind a szakértői interjúk egyértelműen alátámasztják, hogy az egyik legfontosabb, ha nem a legfontosabb vállalkozásoktatási szolgáltatás a kiscsoportos, gyakorlati oktatás. A gyakorlati oktatáson belül a következő kompetenciák fejlesztésére kiemelten kellene koncentrálni: problémamegoldás, kommunikáció, tárgyalástechnika, prezentáció, együttműködés. Ennek érdekében a következő kurzusok eredményesek lehetnek a megfelelő kompetenciák fejlesztésében, illetve a gyakorlati oktatás során olyan tudást szerezhetnek a hallgatók, amely a vállalkozói életben is hasznukra válik (csapatmunka).

### **Vállalkozók bevonása az oktatásba**

A vállalkozók oktatásba történő bevonása többféleképpen képzelhető el. Egyrészt, mint meghívott előadók számos élettapasztalatot, esettanulmányt hozhatnak be a vállalkozói létformát illetően. Mindez leginkább BA szinten, vállalkozói attitűdformálásként lehet érdekes. Másrészt – ami a vállalkozásoktatás eredményességét tekintve számottevően hatékonyabb – az egyes vállalkozók konkrét, valós problémákat hozhatnak be a kurzusokra, amelyeket kis csoportokban kell feldolgozniuk a hallgatóknak, és amelyekre megoldást kell keresniük. A „díjazás” ebben az esetben lehet érdemjegy, pénzjutalom stb., ami függhet a vállalkozótól, a problémától, de összességében az érdemi hatása nem ebben mutatkozik meg. A vállalkozók szempontjából szintén előnyös lehet az oktatásban történő részvétel, hiszen

lehetőséget teremt a potenciális jövőbeni munkavállalóikkal történő együttműködésre, megismerkedésre.

### **Formális klubok, rendezvények**

Az informális klubok mellett formális, hallgató-vállalkozó találkozókra is szükség van. Ebben az esetben is nagyon fontos tényező az interaktivitás. A vállalkozó ne csak elmondja a „saját történetét”, hanem gondolkodásra, együttműködésre ösztönözze a hallgatókat egy-egy probléma, nehézség, tipikus buktatók stb. átbeszélésével.

Bízom benne, hogy értekezésemmel egyrészt sikerült hozzájárulnom a hazai vállalkozásoktatás elméleti megalapozásához, mert kutatómunkám során észleltem, hogy ez a terület a fontosságához képest meglehetősen érintőlegesen tárgyalt kérdéskör. Másrészt remélem, hogy az általam megfogalmazott javaslatok valamilyen mértékben hozzájárulnak az egyetemi vállalkozásoktatási gyakorlat javulásához, és ezáltal a vállalkozóvá válás elősegítéséhez.

Végezetül néhány szubjektív megjegyzés, amely az elmúlt néhány év vizsgálataim során fogalmazódott meg bennem.

Kutatásaim közben egy rendkívül érdekes kettősséggel szembesültem. Annak ellenére, hogy gyakorlatilag minden uniós és hazai dokumentum kulcsfontosságú területként kezeli a vállalkozókészség fokozását, a vállalkozóvá válás elősegítését, illetve a vállalkozásoktatást – szinte évek óta nem történik semmi. Az elmélet és a gyakorlat rendkívül messze van egymástól ezen a területen is.

Vizsgálódásaim során egy mellékes területként kísérletet tettem a hazai felsőoktatási gyakorlat áttekintésére is. Természetesen a tájékozatlanság is szerepet játszhat a véleményem megfogalmazásában, de mind a saját vizsgálataim, mind az elolvasott publikációk, mind a szakértők véleménye alapján egyrészt kijelenthető, hogy elképesztő lemaradásaink vannak, mind az európai, mind az amerikai gyakorlattól. Másrészt a hazai aktivitások is rendkívül szigetszerűek és szerények: Szegeden kívül szorosan értelmezett érdemi és komplexebb vállalkozástámogatási tevékenység ismereteim szerint a Budapesti Corvinus Egyetemen, a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, illetve a Pécsi Tudományegyetemen folyik.

## 5. A tézisfüzet hivatkozásai

- Barakonyi K. (2009): A business schoolok szerepváltozásai - Kihívások és változások a menedzserképzésben és az MBA-oktatásban. *Vezetéstudomány*, 1, 2-15. o.
- Barakonyi K. (2010): A felsőoktatás versenyképességéről. *Vezetéstudomány*, 4-19. o.
- Csapó K. (2007): Vállalkozásoktatás diákvállalkozásokon keresztül – tapasztalatok a Budapesti Corvinus Egyetemről. *Vezetéstudomány*, 38, 30-42. o.
- Csapó K. (2010): Vállalkozásoktatás korszerű hazai kísérletei a Budapesti Corvinus Egyetemen. *Vállalkozás és Innováció*, 4, 33-51.o.
- Gubik A. (2013) A magyar hallgatók vállalkozásindítási szándékát befolyásoló tényezők modellje. *Vezetéstudomány*, 44, 19-29. o.
- Henry, C. - Hill, F. - Leitch, C. (2005): Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II. *Education and Training*, 47, 158-169. o.
- Imreh Sz. – Kosztópulosz A. – Imreh-Tóth M. (2013): Az akadémiai spin-off vállalkozások „akadálytérképe”. In Inzelt A. – Bajmócy Z. (szerk.): *Innovációs rendszerek: Szereplők, kapcsolatok és intézmények*. JATEPress, Szeged, 71-91.o.
- Imreh-Tóth M.- Bajmócy Z. - Imreh Sz. (2013): Vállalkozó hallgatók – valóban reális jövőkép a vállalkozóvá válás? *Vezetéstudomány*, 4, 51-63. o.
- Imreh-Tóth M.- Imreh Sz. – Prónay Sz. – Vilmányi M. – Lukovics M. – Kovács P. (2012): Vállalkozásoktatás a felsőoktatásban: lehetőségek és remények. In Bajmócy Z. - Lengyel I. – Málovics Gy. (szerk.): *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged, 239-250. o.
- Inzelt A. (2010): Külföldi részvétel a hazai egyetemek és az ipar közötti együttműködésben. *Közgazdasági Szemle*, 54, 431-456. o.
- Klein, P. G. - Bullock, J. B. (2006): Can entrepreneurship be taught? *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38, 429. o.
- Klofsten, M. (2000): Training entrepreneurship at universities: a Swedish case. *Journal of European Industrial Training*, 24, 337-44.o.
- Kotsis Á. (2013): A túlképzettség vizsgálata a Debreceni Egyetem végzettjei esetében. *Vezetéstudomány*, 44, 38-48. o.
- Kuratko, D. (2003): *Entrepreneurship education: emerging trends and challenges for the 21st century*. Coleman Foundation White Paper Series, Coleman Foundation, Chicago, IL.
- Lourenço, F. - Taylor, T. G. - Taylor, D. W. (2013): Integrating “education for entrepreneurship” in multiple faculties in “half-the-time” to enhance graduate entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20, 503 – 525. o.
- Lüthje, C. – Franke, N. (2002): *Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology*. European Academy of Management, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, május 9-11., Stockholm.
- Mihályi I. (2001): Vállalkozási ismeretek oktatása Európában. *Új Pedagógiai Szemle*, 5, 81-89. o.

- Schwartz K. (2006): Szolgáltató egyetem a tanuló társadalomban: Termékfejlesztés felsőfokon. *Vezetéstudomány*, 37, 20-25. o.
- Stenberg, R. (2000): Innovation Networks and Regional Development – Evidence from European Regional Survey (ERIS). *European Planning Studies*, 8, 389-407. o.
- Szerb L. – Lukovszki L. (2013): A magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS felmérés alapján. *Vezetéstudomány*, 44, 30-40. o.
- Szerb L. – Márkus G. (2007a): Vállalkozói környezet és vállalkozásoktatás nyolc magyar egyetemen, nemzetközi összehasonlításban, hallgatói vélemények alapján. *Vezetéstudomány*, 37, 29-41. o.
- Szerb L. – Márkus G. (2007b): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására (nemzetközi összehasonlító elemzés). *Közgazdasági Szemle*, 3, 248-273. o.
- Szirmai P. – Csapó K. (2006): Gyakorlati vállalkozásoktatás – Diákvállalkozások támogatása a Budapesti Corvinus Egyetemen. *Új Pedagógiai Szemle*, 10, 72-83. o.
- Todorovic, Z. W. (2004): The framework of static and dynamic components: an examination of entrepreneurial orientation and university ability to teach entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 17, 301-316.o.
- Vesper, K. H. – Gartner, W. B. (1997): Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 403–421. o.
- Vilmány M. – Kovács P. (2008): Egyetemi - ipari együttműködések teljesítménye és lehetséges vizsgálati módszere. In Lengyel I. – Lukovics, M. (szerk.): *Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében*. JATEPress, Szeged, 62-90. o.
- Vilmányi M. (2011): Egyetemi-ipari együttműködések a kapcsolatmarketing nézőpontjából. *Vezetéstudomány*, 42, 52-63. o.
- Wennekers, S., – Thurik, R. (1999): Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics*, 13, 27-56. o.
- Wong, P. K. – Ho, Y. P. – Autio, E. (2005): Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24, 335 -350. o.

## 6. Tudományos publikációk

### Könyvek és könyvrészletek

- Imreh Sz. – Kosztópulosz A. – Imreh-Tóth M. (2013): Az akadémiai spin-off vállalkozások „akadálytérképe”. In Inzelt A. – Bajmócy Z. (szerk.): *Innovációs rendszerek: szereplők, kapcsolatok és intézmények*. JATEPress, Szeged, 71-91. o.
- Imreh-Tóth M. – Imreh Sz. – Prónay Sz. – Lukovics M. – Vilmányi M. – Kovács P. (2012): Vállalkozásoktatás a felsőoktatásban: lehetőségek és remények. In Bajmócy Z. – Lengyel I. – Málovics Gy. (szerk.): *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged, 239-250. o.
- Imreh-Tóth M. (2012): Új irányzatok a fenntarthatósági indikátorok területén. In Bajmócy Z. – Lengyel I. – Málovics Gy. (szerk.): *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged, 318-335. o.
- Málovics Gy. – Gébert J. – Pásztor G. – Imreh-Tóth M. (2010): *A jólét és a környezeti fenntarthatóság mérési lehetőségei*. In Bajmócy Z. (szerk.): *A Dél-alföldi régió innovációs képessége. Elméleti megközelítések és empirikus elemzések*. SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged, (CD Book), 251-332. o.
- Tóth M. (2009): Is Their Consumption Sustainable? An inquiry into the Consumption habits of Citizens and university students of Szeged. In Bajmócy Z. – Lengyel I. (szerk.): *Regional Competitiveness, Innovation and Environment*. JATEPress Szeged, 237-254. o.

### Folyóiratcikkek

- Imreh-Tóth M. – Lukovics M. (2014): Egyetem-központú vállalkozásfejlesztés elmaradott térségben: negyedik generációs egyetemi funkciók? *Marketing&Mendzsment*, (megjelenés alatt)
- Imreh-Tóth M. (2014): Vállalkozásoktatási jó gyakorlatok adaptációs lehetőségei a hazai felsőoktatásban - a Szegedi Tudományegyetem példája. *Vezetéstudomány*, (megjelenés alatt)
- Imreh-Tóth M. (2014): How we forgot natural capital and how it has been foregrounded again by analysing through ecological footprint? *Journal of Central European Green Innovation*, 2, 61-73. o.



- Imreh-Tóth M. – Bajmócy Z. – Imreh Sz. (2013): Vállalkozó hallgatók – Valóban reális jövőkép a vállalkozóvá válás? *Vezetéstudomány*, 7-8., 51-63.o.
- Tóth M. – Málovics Gy. – Tóth I. J. (2009): Fenntarthatóság - fenntarthatósági fogyasztás - egyetemi hallgatók fogyasztásának vizsgálata alapján. *Vezetéstudomány*, 9, 41-53. o.
- Tóth M. – Málovics Gy. – Tóth I. J. (2009): Fenntarthatóság - fenntartható fogyasztás - egyetemi hallgatók fogyasztásának vizsgálata alapján. *Magyar Minőség*, 11, 5-23. o. (másodközlés)
- Tóth, M. (2009): Regional sustainability indicators. *Journal of Engineering*, 3, 66-71. o.

### **Konferenciakötetek:**

- Tóth M. (2009): *Regional sustainability indicators*. In 10th International Symposium “Interdisciplinary Regional Research” – ISIRR 2009, CD Book.
- Tóth M. (2009): *A fenntarthatóság nemzeti szint alatti értelmezésének dilemmái*. III. Országos Környezetgazdaságtani Phd Konferencia, Budapest, 102-116. o. ISBN 978 963 9263 529
- Tóth M. (2009): Regionális fenntarthatósági indikátorok, In Rechnitzer J. – Hardi T. (szerk.): *Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola Évkönyv*, 357-368 o., ISSN 2060-9620
- Tóth M. (2009): *The sustainability of the consumption of Hungarian university students and inhabitants of Szeged*. 8th International Conference of the European Society for Ecological Economics, CD-Book, 29 jun - 2 july, Ljubljana.
- Málovics Gy. – Tóth M. (2009): *A Critical Analysis of Sustainability Indicators and Their Applicability on the Regional Level*. 3rd Central European Conference in Regional Science. October 7th – 9th, Kosice, 1184 – 1190. o.
- Tóth M. – Tyetyák Zs. – Bajmócy Z. – Málovics Gy. (2008): *The role of technical change in sustainability – a comparative study of environmental economics and ecological economics*. In InCoDe, 92-100. o. ISBN 978-963-642-248-6
- Tóth M. –Tóth I. J. – Málovics Gy. (2008): The sustainability of the consumption of university students. In Vadovics E. – Gulyás E. (szerk.): *Sustainable Consumption*, Budapest, 150-161 o.

### **Konferencia előadások:**

- Imreh-Tóth M. – Imreh Sz. (2012): *Ecopreneurship: egy újszerű(?) megközelítése a vállalkozás fogalmának*. Innovációs rendszerek – elmélet politikák és mikroszereplők c. konferencia. Szeged, november 29-30.
- Imreh Sz. – Imreh-Tóth M. (2012): *Vállalkozásoktatás és vállalkozásfejlesztés szerepe a versenyképességben és gazdaságfejlesztésben*. „Határon átnyúló tanuló régió: egyetemek gazdaságfejlesztési szerepvállalási lehetőségének vizsgálata a magyar-szerb határmenti térségben” c. projekt Zárókonferencia, Szabadka, november 13.
- Tóth I. J. – Tóth M. – Málovics, Gy. (2008): *Ecological footprint and awareness of Hungarian students*. The Sixth International Journal of Teacher Education and Training (6. JTET), 4-7 June, Anadolu University, Eskisehir, Turkey.
- Tóth M. (2008): *Fenntartható-e a Szegedi Tudományegyetem hallgatóinak fogyasztása?* Fejlődés és környezeti felelősség konferencia, Szeged, szeptember 24-25.