

OTDK-dolgozat

Koponyás Bence

MsC

2013

Egyetem és a vállalatok közötti kapcsolatok kialakítása és fejlesztése

Start-up Business Program

Koponyás Bence

Kézirat lezárása: 2012.04.07.

Előszó	1
1. Bevezetés.....	2
1.1 Start-up Business Program bevezetése	2
1.2 Bevezetés - az egyetem és a vállalati kooperációk kialakulása	4
1.3 Nemzetközi vállalkozás fejlesztő, támogató programok	5
2. Az innovációs ötlet bemutatása – Start-up Business Program.....	13
2.1 A program három típusa	14
2.2 Mind a három program alapja az innováció	14
2.3 Hallgatók kiválasztási folyamata	15
2.4 Értékelés és érdekeltség.....	15
2.5 Az egyetem bekapcsolódása a programba	17
3. Fogalmak.....	18
Technológiai Innováció.....	18
Vállalkozás	18
Vállalkozó	18
4. A program missziója, víziója, célja	19
Misszió	19
Vízió.....	19
Cél.....	19
5. A program megvalósíthatóságának vizsgálata	20
5.1 Makro vizsgálat.....	20
5.2 Meso vizsgálat	23
5.3 Micro vizsgálat.....	25
5.4 SWOT analízis	27
6. Pénzügyi forrástervezés	29
6.1 Indulás	29
6.2 Fenntarthatóság	34
7. Marketing terv	36
7.1 Indulás	36
7.2 Növekedés	36
8. A program felépítése	37
8.1 Probléma kör.....	37
8.2 Egy lehetséges innovációs példa a program tagjainak	40
8.3 Egy valós innovációs ötlet sikeres megvalósítása - „Sugar Shop”	41
9. Jövőbeni fejlesztések	42
10. Konklúzió	43
Irodalomjegyzék	44

Előszó

A jelen munkával szeretném felhívni a figyelmet a friss diplomásokat érintő nehézségekre, problémákra, amivel az állásinterjúk során szembesülhetnek először. Milyen igényeik lehetnek a vállalatoknak a friss diplomásokkal szemben? Az igények széles skálájából csak néhányat emelnék ki. Ilyen a megfelelő szintű szakmai tapasztalat, a problémák megoldásának gyakorlati ismeretei, a munkavégzés rutinjának hiánya, a valós felelősség vállalás, az idegen nyelvek megfelelő szintű ismerete. Az ezekhez hasonló problémák megoldásával javítani tudunk a hallgatók elhelyezkedési esélyein és az egyetem hírnevének öregbítésén. A megoldás a széles vállalkozásfejlesztő, kutatás-fejlesztő környezet kialakítása az egyetemen, amely az innovációs ötleteken alapuló vállalkozásalapítást vagy a nagyvállalatok által támogatott kutatási és fejlesztési programokban való részvételt jelenti. A program során a hallgatók az egyetemen megszerzett tudást és ismereteket tudják a valós életben, de még az egyetem falain belül kipróbálni. A programok során lehetőség nyílik megismerni közvetlenül a vállalatok igényeit, amiket a jövőbeni munkatársaktól el fognak várni.

1. Bevezetés

1.1 Start-up Business Program bevezetése

Az innovációs terv bemutatásával választ fogunk kapni a program működőképességének igazolására, valamint arra, hogy megállja a helyét a mai folyamatosan változó komplex világban.

Az innovációs tervben egy jól strukturált rendszer segítségével haladunk végig lépésről lépésre, hogy világosan és logikusan legyen bemutatva és igazolva az innovációs ötlet.

A téma bevezetését az amerikai Kaliforniai Egyetem által megalkotott irányelvek bemutatásával kezdjük, majd az angliai Cambridge Egyetem sikeres vállalkozói program bemutatásával folytatjuk. Az így megismert irányelveket és működési mechanizmusokat vesszük alapul az ötlet megvalósítása során. Végül ismertetem az Európai Unió álláspontját a témával kapcsolatban.

Az ötlet ismertetését külső elemzéssel fogjuk kezdeni, amely során három modellt (a DESTEP, a Porter féle öttényezős és a Mintzberg féle modellt) fogom használni. Itt választ fogunk kapni arra, hogy az programot milyen külső veszélyek fenyegetik és milyen külső lehetőségek erősítik.

Az belső elemzés során a Porter féle értéklánc elemzés modell segítségével fogjuk áttekinteni az egyetem lehetőségeit. Választ fogunk kapni arra, hogy az programot milyen belső gyengeségek fenyegetik és milyen belső lehetőségek erősítik.

Az elemzés során kapott válaszokat a SWOT mátrix segítségével fogjuk elemezni, annak érdekében, hogy a program fő stratégia irányvonalát megalkossuk. A kulcsfontosságú faktorok kiválasztásával fókuszálni tudunk majd, azokra a folyamatokra, amellyel a programot a sikeres növekedési pályára tudjuk állítani.

A megvalósítás, a program két főpillérét a pénzügyi és a marketingelemzés fogja adni. A pénzügyi elemzés ad majd választ, a vállalkozásfejlesztő program lehetséges bevezetésére, ahol a programhoz szükséges különböző pénzügyi források lehetőségét fogjuk megismerni. A marketingelemzés ad majd választ, hogy van e létjogosultsága az ötletnek a magyar felsőoktatási környezetben illetve a munkaerő piacon.

Az egyetemi vállalkozásfejlesztési terv végén, az összegezhető következtetések megfogalmazása alapján javaslatokat adunk az ötlet létrehozására.

1.2 Bevezetés - az egyetem és a vállalati kooperációk kialakulása

Az 1980-as években – Amerikában - az egyetemek és a vállalatok közötti kapcsolatrendszerek jelentős fejlődésnek indultak, amik pozitív hatással voltak a társadalompolitikai fejlődésére. Egyre több tudós, szakember és szociológus fedezte fel a stratégiai kapcsolatrendszerek szükséges szerepét a modern társadalmakban és gazdaságokban lejátszódó fontos strukturális változások kialakulásában. Amerikában és Angliában a vállalatok és az egyetemek folyamatosan keresték és keresik a lehetőséget a partneri kapcsolat fejlesztésére, mellyel értéket teremtenek, mind az egyetemek, mind a vállalatok számára. Az ilyen partneri kapcsolatok szereplői jelentős eredményeket tudnak elérni a kiemelkedő tanulmányi értékek és a kedvező vállalati megítélések terén. Számos jelentős fejlődési irány alakult ki az együttműködésnek köszönhetően. Jó példa, a csúcstechnológia növekvő szerepe a nemzetközi versenyben, vagy a tudásalapú társadalmak kialakulásának kezdete, amelyben jelentős szerepet játszottak az egyetemek kutatóintézet.

Évek során – Amerikában – a vállalkozásfejlesztő és alapító programoknak széles támogató bázisa alakult ki olyanokból, akik hisznek a programok új értékeket teremtő képességében, az új vállalkozások sikeres elindulásának támogatásában, amivel a közösséget is szolgálják. A donor programok szereplőinek folyamatosan fejleszteniük kell a kapcsolatrendszerek irányelveit, inspirálni kell a vállalkozó kedvű tanulókat, hallgatókat és motiválni kell a „vállalkozó cégeket”, vállalatokat az újdolgok megalkotásában, kivitelezésében. Az programoknak köszönhetően az egyetemek stratégiai támogatóivá, partnereivé váltak a nagyvállalatok kutatási és fejlesztési projektjeinek. Az egyetemek munkája magas színvonalú hozzáadott értéket képvisel.

Három szakaszt különíthetünk el az együttműködés kialakulásában - Norman E. Bowie University-Business Partnership könyve alapján

Az első szakasz a történelmi, összehasonlító megfigyeléseket tartalmaz, és a vállalati célok meghatározásának jelentőségét a kooperációk kialakulásában. Továbbá hangsúlyozza a szövetségi rendszerek kialakítását, a pénzügyi alapok jelentőségének szerepét és a nemzeti tudományos alapok megalapításait, amik a programban való részvételre bátorítják a partnereket.

A második szakasz a program szociális és az etikai előnyeit taglalja, valamint a kapcsolati rendszerhez köthető problémákat.

A harmadik szakasz a felmerülő problémák megfelelő módon történő kezelésével és megoldásával foglalkozik a partnerek között.

1.3 Nemzetközi vállalkozás fejlesztő, támogató programok

Kaliforniai Egyetem donor programjának irányelvei

A program alapjai, sarok pontjai

A Kaliforniai Egyetemen a vállalati szféra és az egyetem közötti együttműködéshez szükséges irányelveket fogalmazták meg. Ezek az irányelvek elsősorban a program működéséhez szükséges jogi háttérrel adták meg, amire alapozva épült az egyetem inkubátor programja valamint épülhetett a legtöbb hasonló donorprogram is.

Az irányelvek tartalmazzák az egyetem politikáját, amelyek szabályozzák az egyetem és az ipar közötti kapcsolatrendszer működését. Ezeknek az irányelveknek folyamatosan szinkronba kell lenniük az egyetemi tevékenységekkel, a változásokat nyomon követve, frissítve és írásban rögzítve, lejegyezve. Az irányelvek következetesen viszonyulnak az egyetem-ipar közötti technológiai tudásáramlásokhoz és a közösen végrehajtott projektekhez. Ezek az irányelvek egy általános keretet adnak a produktív és az együttműködő kapcsolatrendszer kialakításához a két partner között.

Az irányelvekre szüksége van, hogy a komplex és a bonyolult partneri kapcsolat és a munka során realizált eredményeket, kutatásokat a legtisztábban tudja mindkét fél hasznosítani, ne alakuljanak ki érdekellentétek, amelyek a program sikerét és létét veszélyeztetnék. Ugyanis nem mindig egyezik meg a két fél célja.

Az egyetem érdeke

Az együttműködésre azért van szüksége az egyetemnek, hogy a kutató tevékenységek során résztvevő tanárok, munkatársak, hallgatók fejlesszék az ismereteiket, tudásukat, bővítsék a tapasztalataikat. A hallgatóknak értékes tanulási lehetőséget és használható tapasztalatszerzést biztosítsanak.

Az ipar érdeke

A versenyképesség fenntartásához elengedhetetlenek a kutatási és fejlesztési projektek, a folyamatos termék és szolgáltatás innováció, hogy a hektikus vásárlói magatartásra és

viselkedésre, valamint a piac által diktált intenzív versenyre tudjanak időben reagálni. Ezekben a programokban az egyetemek kiemelkedő partneri szerephez jutnak, a kutatói és fejlesztési munkálatok során biztosított friss, új ötletek, gondolatok támogatásával.

Az irányelvek tükrözik az egyetem misszióját, oktatási elveit, amelyek értelmében az egyetemnek szükséges fenntartania a függetlenségét és fedhetetlenségét a kapcsolatrendszerben.

A környezeti nyitottság

Szükséges az összes egyetemi kutatásban, a magán szféra vagy az állam által támogatott kutatásban elért eredmények szabad áramlásának, publikálásának biztosítása, mind az előadásokon, a laborokban és az egyetem valamennyi fórumán.

A szabad publikáció

A kutatási eredményeknek a terjesztéséhez az egyetem jóváhagyása szükséges, fenntartva a publikációhoz szükséges vétőjogot. A kutatás támogatója kérhet rövid késleltetést az egyetemtől, hogy a kutatás eredményeire kérjenek szabadalmi oltalmat a „The freedom to publish is not an obligation to publish” elvet szem előtt tartva.

A külső szakmai gyakorlat

A programban résztvevők legyenek bátorítva, ösztönözve, hogy részt vegyenek a külső szakmai gyakorlatokon. Másrészt felelősek, hogy ne okozzanak fennakadásokat, zavart az egyetem működésében.

A kötelezettség az összeférhetetlenség elkerülésében

Az egyetem munkatársainak kötelessége elkerülni az olyan szituációkat, amiben lehetősége adódik olyan személyt érintő előnyök és pénzügyi döntések meghozatalában, amik konfliktust okozhatnak a partnerek kapcsolatában illetve a program működésében.

Az érdekeltségi kör felelőssége

Tisztázni kell a pénzügyi érdekeltséget, a felelősséget és a függetlenséget a partnerek között, mielőtt jóváhagyják a projekt indulását. Ezt mind az egyetem és mind az állami jogszabályok előírják.

A felelősség a hallgatókért

Az egyetem szabályai védjék a hallgatók jogát a tanuláshoz, kutatáshoz.

A szabadalom politikája

Az egyetem összes foglalkoztatottjának el kell fogadnia és alá kell írnia a szabadalmakhoz kapcsolódó egyetemi hozzáállást. Minden kutatás és fejlesztés eredménye az egyetem tulajdonában áll.

A technikai eszközök használatának gyakorlata

Az eszközök használatának fő célja, hogy az ipar által rendelkezésre bocsátott technológiát alkalmazzák az egyetemi kutatásokban, továbbá biztosítani az eszközök segítségével elért eredmények szabad áramlását a köz felhasználásra, teljesíteni a támogatók kutatási céljait.

A szerzői jogszabályzat

Minden szerzői jog az egyetemet illeti meg. Kivéve, ha a kutatás külső támogató által volt rendelve illetve, ha a támogató és az egyetem máshogy nem rendelkezik.

A kutatás tárgyi eredményei

A kutatás tárgyi eredményeihez kapcsolódnak a tulajdoni jogok széles skálája, szerzői, kereskedelmi és „know-how” jogok tisztázása, szabadalomhoz köthető termékek körének meghatározása. A termék technikai adatainak, termék összetevőinek leírása és iktatása.

Az egyetemi eszközök használata

Az eszközök körének meghatározása és tisztázása, amiket a kutatás során mind a két fél szabadon használhat, de csak az adott kutatáshoz kapcsolódó tevékenységekhez.

A kutatási költségek megtérülése

Cél a szerződésekkel és a támogatásokkal elért kutatások biztosítása, úgy hogy az egyetem a kutatásokra fordított teljes közvetlen és közvetett költségei megtérüljenek. A tevékenységektől függően az egyetem beleegyezhet a költségek bizonyos szintű megosztásába.

A szervezeti intézkedések

Olyan szervezetek kialakítása, amik közvetlenül investálnak a vállalkozásokba. Például, amikor a vállalkozásnak az új ötlet kereskedelmi forgalomba hozásához szükséges pénzüsszegre van szüksége.

Cambridge University

A program létjogosultsága Angliában

A Cambridge University Enterprise programja, azért létezik, hogy tovább szolgálja, növelje az egyetem hozzájárulását a társadalom és az intézmény közötti tudásáramláshoz, és elősegítse azokat a vállalati kapcsolatokat, akik érdeklődnek az egyetem kutatóközpontja által végzett technológiai fejlesztésekről. Az intézmény biztosítja a „tanácsadói szolgáltatást” a munkatársai részére és gondoskodik a megfelelő szakmai támogatásról a magán és a közszféra szervezeteinek, továbbá biztosítja a tőke ellátását a Cambridge Enterprise Seed Funds-on keresztül.

A Cambridge University folyamatosan dolgozik a vállalatoknak és a vállalkozásoknak speciális területeire vonatkozó kutatásaival, amelyek során új fejlesztéseket és technológiát dolgoznak ki az egyetemen, hogy a program reputációját öregbítsék.

Az új technológiák általában a korai szakaszban kerülnek bemutatásra a vállalkozásoknak, amikor még igénylik a vállalatok megbízható és folyamatos fejlesztési támogatásait, hogy sikeresen jelenhessen meg a termék a piacon. Ezért szükséges, hogy a vállalatoknál a legalkalmasabb kontaktszeméllyel tartsák a kapcsolatot, aki ismeri a vállalkozás közép és hosszú távú stratégiai terveit.

A Cambridge Enterprise együtt dolgozik az egyetem tapasztalt jogi kollégáival (Legal Service Office), akik támogatják őket a szerzői jog és az egyéb szabadalmak esetében felmerült kérdésekben.

A pénzügyi támogatása

Az egyetem a program keretében szükséges támogatásokat ad az új, sikeresnek bizonyuló innovatív induló vállalkozásoknak. A Cambridge Enterprise a pénzügyi alaphól (Seed Funds)

invesztál új vállalkozások indításába, kutatásokba, meglévő termékek piacra történő fejlesztésébe. Ez a tőke és támogatás a korai szakaszban sarkalatos pontja az új technológiával, innovációval rendelkező vállalkozások sikerének, ami pénzügyi szempontból a legkockázatosabb szakasza a beruházásnak. 1995-től kezdve a vállalkozások több mint 600 millió font befektetést és támogatást kaptak, több mint 1700 főnek teremtettek munkahelyet és éves szinten 170 millió font forgalmat realizálnak.

A program pénzügyi keretei

A Cambridge University Enterprise segít és biztosítja az új vállalkozások üzleti tervének megírását, a mentorálását és támogatását, a korai pénzügyi támogatását és a megfelelő vállalati kapcsolattörekét.

A Pathfinder keretében 15,000 font áll rendelkezésre a megfelelő piac kutatás lefojtatására és az üzleti stratégia kialakítására.

A Seed funds 125,000 fontig nyújt támogatást a vállalkozás alapításához szükséges és az új technológiai ötlet fejlesztéséhez.

A vállalati szféra és az egyetemek közötti kapcsolat fontossága az EU-ban

A 2009. április 2. tartott fórum résztvevői az Európai Unió Parlamentjének, az Európai Unió Tanácsának, az Európa Unió Gazdasági és Társadalmi Bizottságának és a Regionális Bizottságnak a tagjai.

A céljuk egy olyan egyetemi és üzleti platform létrehozása volt Európa Uniós viszonylatban, aminek keretében a jó gyakorlatok cseréje, a tapasztalatok megosztása és a tanulás elősegítése valósuljon meg az érdekelt partnerek között. Továbbá megteremtse a jobb kooperációkat a partnerek között a programok segítségével, amik a sarokköveit jelenti a modern Európai Uniós felsőoktatás jövőének és céljainak megvalósulásában.

A fórumon a résztvevők hat központi témával foglalkoztak

Foglalkoztatás. Az egyetemek és a vállalatok között kialakított programokkal növelni a friss diplomások foglalkoztatási arányát.

Innováció. Ez a téma legfontosabb kihívások közé tartozik. Egy olyan keretfolyamatot kell kialakítani az egyetemek és a vállalatok között, amivel transzferálni, közvetíteni lehet a technikai, gazdasági újításokat, lehetőségeket.

Vállalkozói tevékenység. Azért, hogy kialakítsuk a vállalkozói kultúrát, az egyetemeknek vezetésének és szervezeteinek a megújulására van szükség. A vállalkozásfejlesztő oktató anyagoknak áttekinthetőnek és könnyen hozzáférhetőnek kell lennie, aminek a kidolgozása a vállalkozói és az üzleti élet szereplői bevonásával készül el.

Tudásáramlás. Áltános keretfeltételek alapján kell felállítani a kapcsolatot az egyetemek és a vállalati szféra között. Az egyetemeknek haszonra kell tudni szert tenni a tudásáramlástól kezdve a kis- és középvállalkozásokkal kötött kooperációkig. Továbbá ki kell alakítani, azt a jogi hálót, amivel védeni lehet a szellemi tulajdon jogát mind az egyetemi és mind az állami kutatások terén.

Mobilitás. Fejleszteni kell az egyetemek nemzetközi mobilitását, mint azt felismerték már az üzleti élet szereplői is. Szükség van olyan jogi keretszerződésekre, aminek segítségével megkönnyítik a kooperációk mobilitását.

Irányítás. Az egyetemek célirányos, jó vezetésével kell fejleszteni a kooperációt az üzleti szférával.

Globális folyamatok kialakítása az egyetemi és az üzleti szféra közötti kooperációk erősítése és fejlesztése érdekében

World Economic Forum (Tianjin, China, 2010. szeptember) – sikeres partner kapcsolat kialakítása

A kínai Tianjinban tartott fórumon 58 fiatal tudós közel 50 országból vitatta meg a kooperáció kiépítésének lehetséges irányvonalait. Megítélésük szerint az egyetemek és a vállalatok közötti kooperációk legfontosabb missziója, hogy felgyorsítsák az új technológiák, ismeretek és innovációk megjelenését a világpiacra. Számos kulturális és technológiai kihívásokkal kell szembe nézni az egyetemeknek és a szakmai világnak a programok során

Létezik e sikeres modell?

Véleményük szerint a sikeres modell megalkotása nehéz feladat, az eddigi sikeres egyetemi-ipari kooperációs modellek jelentősen eltérnek egymástól, annak függvényében, hogy mi az alapja a kapcsolatnak. Rövid vagy hosszú távú kutatási és fejlesztési együttműködés vagy a tanulmányokban való részvétel. A fórum résztvevői szerint szükséges, hogy a helyi kormányzatok kedvező környezeti feltételek kialakításával elősegítsék, bátorítsák az egyetemek és a vállalatok közötti partner kapcsolatoknak a kialakulását.

A program kihívásai

A legnagyobb kihívás a széles és változatos kulturális különbségek áthidalása okozza az országok és a régiók között, valamint a szellemi tulajdonjogok megfelelő védelmének biztosítása. A szellemi tőkének a védelme minden ország jogi rendszeréhez igazodva alakult ki, ezért biztosítani kell egy egységes jogi védelmet.

További kihívásokat jelent a partnerek közötti fundamentális különbségek leküzdése, az egyetemek értékei és céljai jelentősen eltérhetnek a vállalati szférának az értékeitől és céljaitól.

A következő javaslatok születtek meg a fórum résztvevőitől az egyetemek és a vállalatok közötti kapcsolatok fejlesztése érdekében.

A kooperációk szintjén

A kooperációk felgyorsítása, a cél a nyitott magatartás és az előnyös, jövedelmező kapcsolatok kialakítása a közös munkák során.

Az egyetemek szintjén

Az egyetemeknek ki kell alakítani a szellemi tulajdon utáni részesedési rendszert, amivel a motivációt fenn tudják tartani. Az egyetemeknek meg kell tanulniuk, hogyan építhetik ki a megfelelő kapcsolati tőke rendszereket az ipari szférával. Bátorítani kell a vállalatokat az aktív részvételre a programokban. Erre alkalmas hely a globális fórumok, ahol a fiatal mérnökök és vezetők meg tudják mutatni a tudásukat és megoldásokkal tudnak szolgálni a vállalatok problémáira, ezzel egymást is inspirálva a jobb és a hatékonyabb ötletek megalkotásában.

A vállalatok szintjén

Fontos szerepet kell játszani a vállalatoknak a kutatások támogatásában és a program infrastruktúrájának a kiépítésében.

2. Az innovációs ötlet bemutatása – Start-up Business Program

Az innovációs ötlet átgondolását, megalkotását egyrészt a sikeres szakmai gyakorlatom tapasztalatai, másrészt az ismerőseim és a hallgató társaim negatív élményei táplálták.

Példaként két valóságos probléma említhető meg, amelyre egy lehetséges megoldásként alkalmazható a donor program.

Első példánk szerint a vállalati szféra a BSc programban végzett hallgatóknál hiányolja a megfelelő piacképes gyakorlatot és tudást.

Az a lehetőség nem mindenkinek adódik meg, hogy a kötelező szakmai gyakorlatát hasznosan és tartalmasan folytassa le a vállalatnál, ugyanis sok esetben - a sikeres gyakorlat után – a hallgató munkahelyi ajánlatot kap a gyakorlatot adó cégtől, megkönnyítve a hallgató pályakezdését.

Sikeres szakmai gyakorlat, esetleges munkahelyi ajánlat esetén a vállalat elismeri a hallgató és az egyetem munkáját.

A második példánk szerint a megszerzett egyetemi tudást nem tudják a hallgatók a gyakorlatban kipróbálni, használni, mielőtt kikerülnek a munkaerőpiacra.

A fent felsorolt példákra ad választ a donor-vállalkozás ötlet. A vállalkozói donor program keretében a vállalkozó szellemű és tehetséges hallgatóknak adódna lehetősége megvalósítani ötleteiket, valamint az egyetemi donorvállalkozásokban az előadásokon és a labor órákon megszerzett tudást tudnák a hallgatók kontrolált körülmények között alkalmazni és használni. Módjuk lenne megtanulni a munkafolyamatokat, az eljárásokat, az irányítást illetve a cselekedeteik, a döntéseik következményének felelősség vállalását is.

A Start-up Business Program működése a Kaliforniai Egyetem által megalkotott irányelvek és a Cambridge Egyetem Enterprise program struktúrájának alapján működne, a helyi sajátosságok figyelembe vételével ötvözve.

2.1 A program három típusa

Donorvállalkozásokat hozunk létre - területi szinten az Óbudai Egyetem környezetében, amelyek vezetésében, irányításában a kiválasztott hallgatók vesznek részt és felelősséggel tartozva az üzleti sikerért, a megfelelő üzletmenetért. Ilyen típusú vállalkozásokban azok a diákok vesznek részt, akik elsősorban a vállalkozásirányítást illetve az üzleti folyamatokat szeretnék megismerni, elsajátítani.

Inno-vállalatok megalapítása, támogatása. Elsősorban innovációs ötletekkel rendelkező hallgatók csoportja, akik az új ötlet piaci megvalósításán akarnak dolgozni. A Start-up Busienss Program a különböző szakértelemmel rendelkező tagokból alkotott csapatok szakmai és pénzügyi támogatással, üzleti tervek kidolgozásával támogatja a vállalkozásokat.

Kutatási és fejlesztési programban résztvevő vállalatok. A vállalati szféra és az egyetem kooperációjával alakuló csapatok. A támogatás elsősorban a vállalati szférától áramlana az egyetem felé. A cél egy innovatív környezet kialakítása.

A vállalkozások az egyetem tulajdonában vannak, amiben partnerként vesznek részt a vállalatok és a hallgatók. Az egyetem átadja a jogot az aktuális hallgató, vállalat részére, hogy kooperáljon a vállalkozásokban. Az újonnan alapított vállalkozásokban az egyetem résztulajdonosként venne részt.

2.2 Mind a három program alapja az innováció

A donorvállalkozások, olyan üzleteket, boltokat jelentenek, amelyekben a hallgatóknak innovációs üzletvezetési folyamatokat kell megalkotnia. Ilyen lehet például egy éjjel-nappali bolt, egy zöldséges, egy pékség, vagy egy papírirószer bolt. A boltok vezetését kapják meg a hallgatók, hogy gyakorolni tudják az egyetemen megszerzett tudásukat illetve tapasztalják a gyakorlati életet. Az üzleti kapcsolatok kialakítását és fenntartását a beszállítókkal, a partnerekkel való tárgyalást, a pénzügyi folyamatok kontrolálását a boltok működésének érdekében. Munkájuk során az általuk megalkotott új ötletekkel kell hozzájárulniuk a bolt innovatív, nyereséges működéséhez.

Inno-vállalatok, olyan vállalkozások, amik projekt, üzleti alapon jönnek létre. Példaként, az egyetem villamosmérnök karán egy új terméket fejlesztenek a hallgatók elég újszerű, ötletes, innovatív ahhoz, hogy a piac felfigyeljen rá. Ebben a helyzetben egy több funkciós csapat alakulna. A projekt sikere érdekében: a csapat összetétele tartalmazna marketinges és

vállalkozásfejlesztő hallgatókat, annak érdekében, hogy a nyers ötletből működőképes üzlet jöhessen létre. A több funkciós csapat lényege, hogy minden csapattag a saját szakmájában alkotson. A villamosmérnök hallgatók az új ötletet, a technológiát hozzák létre, a gazdasági szakos hallgatók a vállalati háttérrel biztosítják az ötletnek.

Kutatás és fejlesztés programokban a vállalati szférával kooperálva alkotnak új piacképes értékeket. Ennek a típusnak, azaz előnye, hogy mindkét fél számára fontos a piacképes tudás és tapasztalat megszerzése, valamint a rövid és a hosszú távú gazdasági kapcsolatok kialakulása.

2.3 Hallgatók kiválasztási folyamata

A programban résztvevő hallgatóban tudatosítani kell a kiváltságos helyzetét.

Feltételek és követelmények a Start-up Business Program-ban való részvételhez:

- elkötelezettség
- siker orientáltság
- fejlődő képesség
- magabiztos személyiség
- ne csússzon a tanulmányaival
- utolsó féléves hallgató
- lelkiismeretes munkavégzés

2.4 Értékelés és érdekelttség

A programban résztvevő hallgatók mentorokat kapnak annak érdekében, hogy támogassák a munkájukat és hasznos tanácsokkal lássák el őket. Az a hallgató, aki részt vesz a programban, egy nyilatkozatot kell, hogy aláírjon az egyetemmel. A programban résztvevőket folyamatosan ellenőrzi az egyetem. Így az előírt folyamatok lekövetése megtörténik és a diákok megkapják a folyamatos szakmai támogatást. Ha a programban előírt célokat nem érik el a diákok, vagyis „megbuknak”, az még nem jelenti a program bukását. A hibákból tanulni lehet és kell. A hallgatóknak lehetősége lesz megismerni és megtanulni a csapatban való együttműködés nehézségeit és előnyeit, a vállalkozásban a folyamatok vezetését, felügyeletét és ellenőrzését. A hallgató és az egyetem érdeke, hogy az előadásokon átadott tudást a

hallgató tudja alkalmazni és fejleszteni kontrolált körülmények között. A programnak köszönhetően a hallgatók közvetlen kapcsolatba kerülhetnek a vállalatok munkatársaival, a piaci szereplőkkel, akik a lehetséges jövőbeni munkatársat fogják meglátni az egyes jól dolgozó hallgatóban.

Az értékelési folyamat során több pontot fognak ellenőrizni:

- programban résztvevő fejlődése
- vállalkozásban bevezetett újítások
- vállalkozás során végzett kutatások
- vállalkozás bevétele
- beruházási folyamatok
- innovációs ötlet jelentősége
- új kapcsolatok kiépítése
- új vállalkozások csatlakozása a programhoz

Ha a hallgató sikeresen vett részt a programban, az új ötletet kedvezően fogadta a piac, pénzügyi eredményeket elérve vezette a vállalkozást, akkor az általa termelt bevételből prémiumot kap ösztöndíj megnevezés címén. A motiváltság fenntartása érdekében az eredményességtől függően változó havi díjazásban részesülnek a programban részvevő hallgatók.

Öröklési folyamat a programok során, féléves periódusokban váltják egymást a hallgatók, mind a három típusú programban. A program végén minden jogosultságot, információt, kapcsolati tőkét át kell adniuk dokumentált formában a program vezetőinek, akik a következő hallgatóknak a rendelkezésére bocsátják.

Az egyetem előnye a Start-up Business Program-nak köszönhetően

- ismertség növelése
- elismertség
- pozitív érték
- a friss hallgatók könnyebb megnyerése
- hírnév
- nemzetközi ismertség

Az egyetemen egy aktív, dinamikus innovatív vállalkozói környezet alakul ki, aminek köszönhetően az egyetemet a vállalati és vállalkozói szféra még jobban elismerné, mivel piacképes tudással és tapasztalattal rendelkező friss diplomásokkal látná el a piacot, továbbá vonzó partnerévé tenné a nagyvállalatok körében az egyetemet a kutatási és fejlesztési projekteken. A közös programok indításával még kontrolált környezetben tudnak képezni friss jövőbeni lehetséges munkatársakat, akik rendelkeznek a vállalatoknak szükséges tudással, tapasztalattal és ismeretekkel.

Az egyetem a programnak köszönhetőn tudja javítani a kulcsfontosságú mutatóit, mint például a frissdiplomás elhelyezkedési mutatóját, vagy a felsőoktatási hierarchiában elfoglalt helyét, amik az egyetem hosszú távú stratégiáinak nélkülözhetetlen sarok köveit jelenti.

2.5 Az egyetem bekapcsolódása a programba

Az egyetemhez kapcsolódóan létrehozunk egy alapítványt, aminek a kuratóriuma választja ki a hallgatókat a programba. A kiválasztási folyamat hasonlóan zajlik, mint egy vállalatnál, azaz több körből áll és folyamatosan rostálódnak a hallgatók, hogy csak a legrátermettebbek kerüljenek a programba. A donor-program pénzügyeit egy e célra létrehozott alapítvány kezeli, és rajta keresztül történnek a hallgatók fizetéseinek és kiemelkedő teljesítmények esetén a prémiumok kifizetése.

3. Fogalmak

Technológiai Innováció

A technológiai innováció: a gazdasági tevékenység hatékonyságának, jövedelmezőségének javítása, illetve kedvező társadalmi és környezeti hatások elérése érdekében végzett tudományos, műszaki, szervezési, gazdálkodási, kereskedelmi műveletek összessége, amelyek eredményeként új vagy lényegesen módosított termékek, eljárások, szolgáltatások jönnek létre, új vagy lényegesen módosított eljárások, technológiák alkalmazására, piaci bevezetésére kerül sor, beleértve azokat a változásokat, amelyek csak adott ágazatban vagy adott szervezetnél minősülnek újdonságnak.

2004. évi CXXXIV. törvény a kutatás-fejlesztésről és a technológiai innovációról

Vállalkozás

A vállalkozás a gazdaság mikro egysége, amely anyagi javakat állít elő. Önállóan dönt, piacra termel és viseli a piaci szereplés kockázatát. Rövid távon a piacon való maradás a cél, hosszú távon a profit elérése. Jellemzői: önállóan termel termelőeszközeivel, saját maga dönti el, hogy milyen terméket állít elő a munkamegosztás során; viseli a döntései kockázatát; az árakon keresztül jut kifejezésre, hogy döntései milyen reálisak; hosszabb távon a nyereség maximalizálása a célja; a piacon a versenytársakkal együtt működve tevékenykedik; a vállalkozás kiegyensúlyozott gazdálkodásra törekszik, minden áron a piacon akar maradni. Küldetése: a fogyasztói igények minél magasabb szintű kielégítése a társadalmi szükségletben. Működési köre: terméket állítanak elő vagy szolgáltatásokat nyújtanak.

Vállalkozó

A vállalkozó a vállalkozási munkafolyamat során valamilyen új és értékes vagy csak egyszerűen keresett dolog gyártására vagy értékesítésére törekszik. Ennek érdekében biztosítja a szükséges erőforrásokat, idejét és energiáját nem kímélve vállal pszichikai, társadalmi, de legfőképpen pénzügyi kockázatot. Siker esetén azonban megkapja az anyagi, személyes és erkölcsi elismerést, környezete és a társadalom megbecsülését.

4. A program missziója, víziója, célja

Misszió

Egy jól működő program létrehozása a mai dinamikus és komplex világban. A világban zajló gyors folyamatokra válasz a program. A trend azt mutatja, hogy a vállalatoknak az olyan friss diplomásokra van szükségük, akik már az egyetemi évek alatt aktívan részt vesznek a tanulmányaikhoz kapcsolódó kutatásokban illetve programokban. Az egyetemnek gyors választ kell adni a változásokra, amiben a program segítségével valósulhat meg. A program központi eleme az innováció.

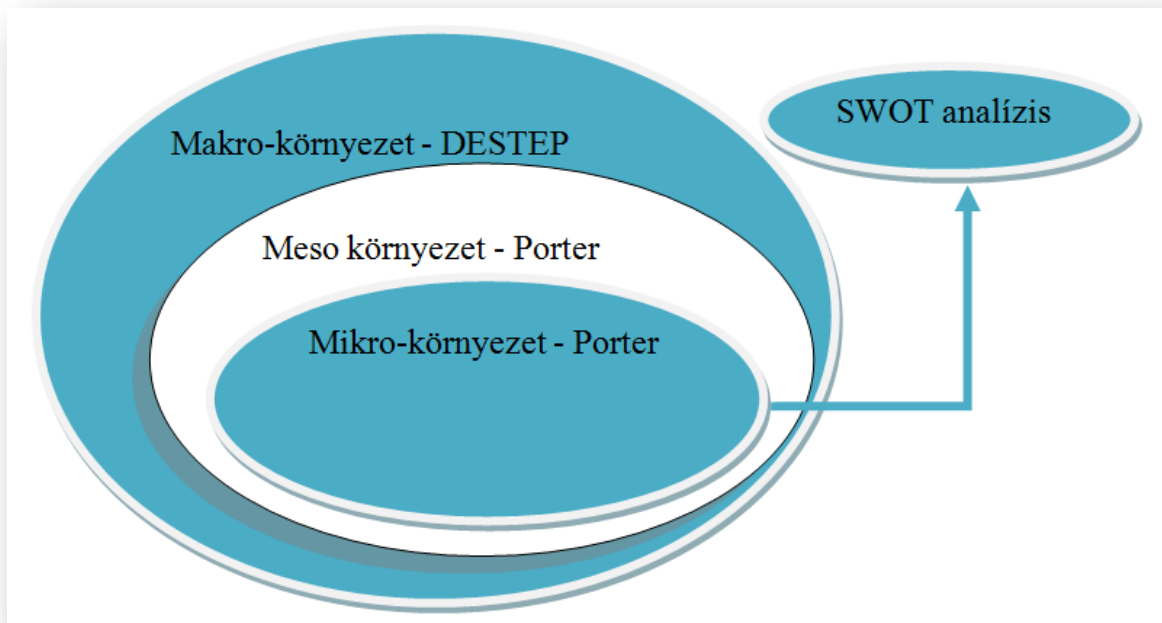
Vízió

A Start-up Business Program segítségével olyan friss diplomások piacra bocsátása, akik rendelkeznek piacképes tudással, szakmai tapasztalattal és gazdasági kapcsolatokkal. Hozzá adott értéket adva a diplomájukhoz. Piacképes innovációk felhasználása és rendelkezésre bocsátása a köz javára.

Cél

A magyar egyetemek között olyan kiemelkedő előnyre tenni szert a program segítségével, amivel vonzóbbá tesszük az egyetemet a leendő hallgatók előtt. További cél, hogy a vállalati szféra is felfigyeljen az egyetemre, hogy az itt végzett diákok a megfelelő aktuális piaci tudással rendelkeznek. Egy olyan innovatív kapcsolati környezet kialakítása az egyetem és a vállalatok között, amivel inspiráljuk a vállalati szférát szorosabb együttműködés kialakítására és a programok beindítására. A vállalat már a program alatt tudja képezni a leendő munkatársait.

5. A program megvalósíthatóságának vizsgálata

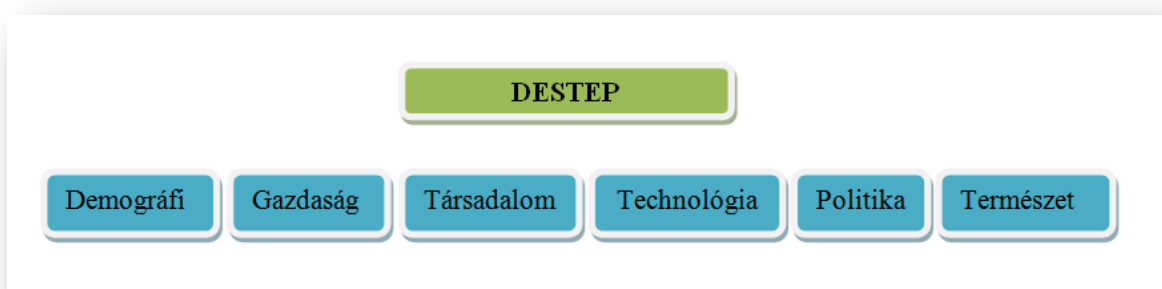


Forrás: saját szerkesztés

1. ábra. A makro, a meso és a mikro környezet elemzés rendszere

5.1 Makro vizsgálat

A külső környezet elemzése DESTEP modell segítségével



Forrás: saját szerkesztés

2. ábra. A DESTEP modell bemutatása

A DESTEP modell a demográfiai, a gazdasági, a társadalmi, a technológiai, a természeti és a politikai elemzésekkel add egy valóságos képet a külső környezetről.

Demográfia: 1995 és 2004 között megduplázódott a diplomával rendelkezők száma, 26 ezer főről 53 ezer főre növekedett, ez a felsőoktatásban végrehajtott változásoknak volt köszönhető, aminek következtében megjelentek a diplomás munkanélküliek a munkaerőpiacon. Ez a növekedési folyamat mára lelassult és csökkenő folyamatba ment át, viszont ezzel párhuzamosan megnőtt az álláskeresés átlagos időtartama a friss diplomások körében.

Mutatók	Időszak					
	2005. év	2006. év	2007. év	2008. év	2009. év	2010. év
Hallgatók száma (fő)	424161	416348	397704	381033	370331	361347
Új belépők száma (fő)	98377	91958	82915	79075	83202	80747
Oklevelet, tudományos fokozatot, címet szerzettek száma (fő)	70369	65892	63356	59507	63093	65963
Oklevelet, tudományos fokozatot, címet szerzettek száma (fő)/Új belépők száma (fő)	71,53%	71,65%	76,41%	75,25%	75,83%	81,69%
Oklevelet, tudományos fokozatot, címet szerzettek számának (fő) változása az előző évhez viszonyítva	0,00%	93,64%	96,15%	93,92%	106,03%	104,55%

Forrás: KSH honlapján általam összeállított táblázat

3. ábra. Felsőoktatási adatok

Láthatjuk, hogy a hallgatók száma folyamatosan csökkent évről évre. Másik figyelemre méltó adat, hogy a 2005 és 2010 között az új belépők száma és az oklevelet, a tudományos fokozatot, címet szerzettek száma közötti különbség folyamatosan csökkent. Az oklevelet, a tudományos fokozatot, címet szerzettek száma 2005 és 2010 között 10%-kal növekedett.

Gazdaság: A jelen gazdasági helyzetben Magyarországon túl kínálat alakult ki a diplomával rendelkező munkakeresők piacán. A 2000-es évek elején a gazdasági növekedés lassulásával

kezdték megjelenni a problémák. A gazdaság már nem tudta felszívni a diplomások többletkínálatát. A gazdasági helyzet romlásával, a gazdaság lassulásával párhuzamosan a felsőfokú végzettségűek számának folyamatos növekedése következett be.

Társadalmi: Egyre többen szeretnének diplomát szerezni ma Magyarországon, mert egyre több fiatal látja ebbe a választásba a biztonságot, a munkanélküliség elkerülését, a sikeres karrier és a magasabb fizetési lehetőségeket. A legnépszerűbb karok közé tartoznak a gazdálkodás és menedzsment, a turizmus és vendéglátás, a kommunikáció és médiatudomány valamint a műszaki karok.

Technológia: A magyar gazdaságban pozitív fordulat következett be. A 90-es évektől megjelenő gazdasági társaságok közül a termelő tevékenységeken felül elkezdtek a kutatási és fejlesztési egységeiket, székhelyüket is áthelyezni Magyarországra. Közel 60 milliárd EUR közvetlen beruházás történt. Példaként hoznám fel az energiaipart, autóipart vagy a gyógyszeripart.

(2008. év)	Mutatók			
Pénzügyi források	Összes kutatási, fejlesztési (K+F) ráfordítás (1000 Ft)	Kutatóhelyekre nem bontható (K+F) ráfordítás (1000 Ft)	Összes kutatási, fejlesztési (K+F) beruházás (1000 Ft)	Összes kutatási, kísérleti fejlesztés költsége (1000 Ft)
Mindösszesen Pénzügyi források	266 388 032 Ft	5 328 016 Ft	30 464 300 Ft	230 595 716 Ft
Vállalkozások	128 682 650 Ft		20 621 321 Ft	108 061 329 Ft
Állami költségvetés	111 400 669 Ft	5 328 016 Ft	8 023 843 Ft	98 048 811 Ft
Non-profit forrás	1 600 382 Ft		248 348 Ft	1 352 034 Ft
Külföldi forrás	24 704 331 Ft		1 570 788 Ft	23 133 543 Ft

Forrás: KSH honlapján általam összeállított táblázat

4. ábra. K+F ráfordítások és beruházások

Láthatjuk, hogy 2008-ban a vállalkozások beruházásra fordított kutatási, fejlesztési költségei az összes pénzügyi forrásnak a 67%-át tették ki, míg az állami források a teljes beruházások

26%-át érték el. A pénzügyi ráfordítások tekintetében a vállalkozások kutatási, fejlesztési ráfordításai 48%-ot tettek ki, míg az állami ráfordítások 41%-ot tettek ki az összes kutatási, fejlesztési ráfordításból.

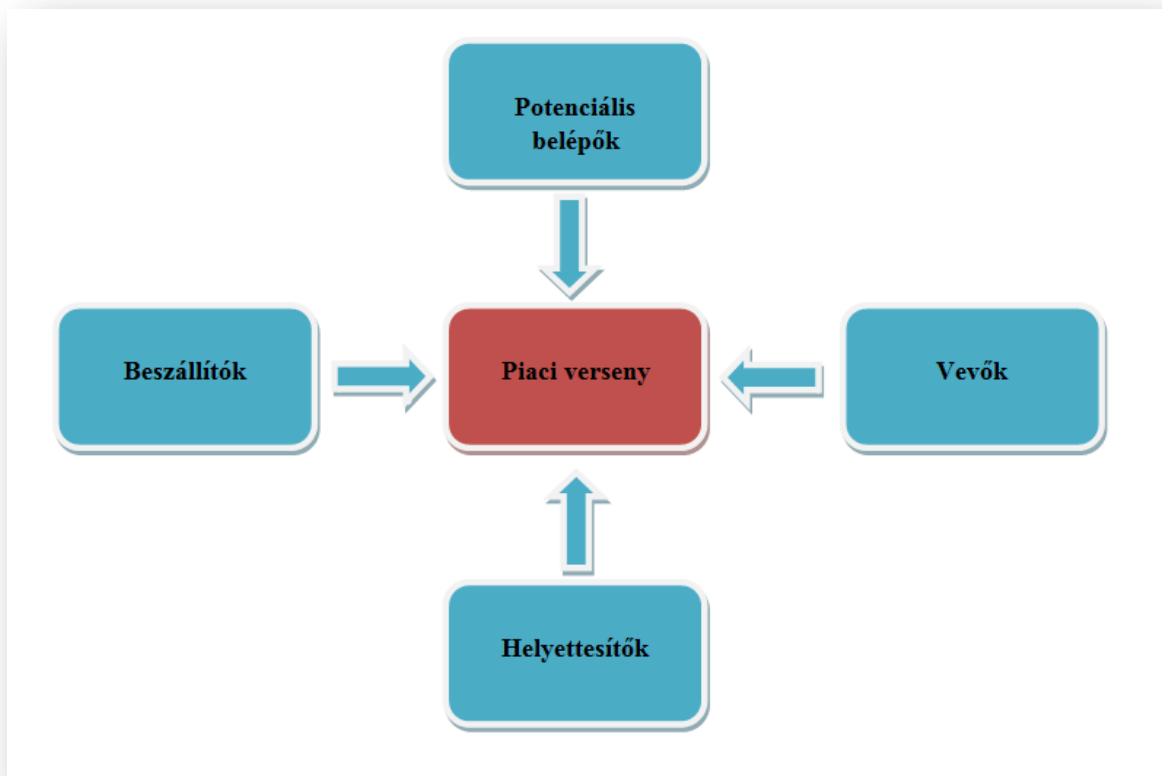
Természet: Magyarország kedvező földrajzi fekvésének köszönhetően előnyös helyzetben van Kelet Európában, sok nemzetközi vállalat választja hazánkat a Kelet-európai befektetéseinek a helyszínének. Ebben nagy szerepe volt az infrastrukturális fejlesztéseknek.

Politika: A magyar gazdaságnak a nagy részét a multinacionális külföldi nagyvállalatok alkotják. Vitathatatlan a szerepük jelentősége a magyar gazdaságban, így a magyar állam rá van kényszerülve, hogy kedvező adózási feltételekkel, állami támogatásokkal, kedvező jogi környezet kialakításával tartsa hazánkban a vállalatokat illetve csábítson ide még több céget. Másrészt a hazai vállalatok támogatásával kell ellensúlyozni a külföldi vállalatok dominanciáját, hogy a külföldi kitettséget csökkentsék.

5.2 Meso vizsgálat

Porter féle öttényezős modell

A vállalat pozicionálását lehetővé tevő keretrendszert, amely minél objektívebb helyzetmegítélés alapján a piac szereplőinek versenyerejét becsüli meg. Szerinte az egyes iparágakban versenyző vállalatok sorsa öt befolyásoló erőtől függ, s ezeket világosan rendszerezve megállapíthatjuk azt, hogy miben különbözik a cég a piac többi szereplőjétől, melyek a versenyelőnyei – hátrányai az adott időpontban.



Forrás: saját szerkesztés

5. ábra. A Porter féle öttényezős modell

Potenciális belépők a piacra: A program sikerének és kedvező fogadtatásának következtében a többi egyetem is elindítja hasonló programját, hogy ne maradjanak le a versenyben illetve az olyan egyetemeken, ahol már létezik hasonló program ott kedvező verseny fog kialakulni. Ilyen a Corvinus Egyetem Corvinus Támogatásközvetítő és Tőkebefektetési Zrt. A program elindítása közepes mértékű beruházást igényel az egyetem részéről, hozzávetőleg 250 millió forint, amit pályázatok és támogatások útján nyer el az egyetem.

Helyettesítő programok: A Start-up Business Program helyettesítői a multinacionális vállalatok vezetőképző programjai. Ezek a programok versenyre tudnak kelni az egyetemi programmal és a legjobb, legtehetségesebb hallgatókat elszívják az egyetemek elől.

A program „beszállítói”: Azok a hallgatók, akik az új ötletekkel szélesítik és gazdagítják a programban szereplő vállalkozások számát és fajtáit. Valamint azok a vállalkozások, akik partnert látnak az egyetemen a kutatási és fejlesztési programban.

A program „vevői”: a leendő hallgatók, akik az egyetem népszerű programjának köszönhetően jelentkeznek az felsőoktatási intézménybe, hogy ők is részesei lehessenek a programnak. További vevők a leendő vállalkozások, akik a programnak köszönhetően részt vesznek egyetemi projekteken és kutatásokban.

Mintzberg féle elemzés

Környezeti jellemzők	Stabil	Dinamikus
Komplex	Decentralizált Bürokratikus Képességek sztenderdizálása	Decentralizált Szervezeti Kölcsönösség
Szimpla	Centralizált Bürokratikus Folyamatok sztenderdizálása	Centralizált Szervezeti Közvetlen felügyelet

Forrás: saját szerkesztés

6. ábra. Mintzberg féle gazdasági környezet elemzése

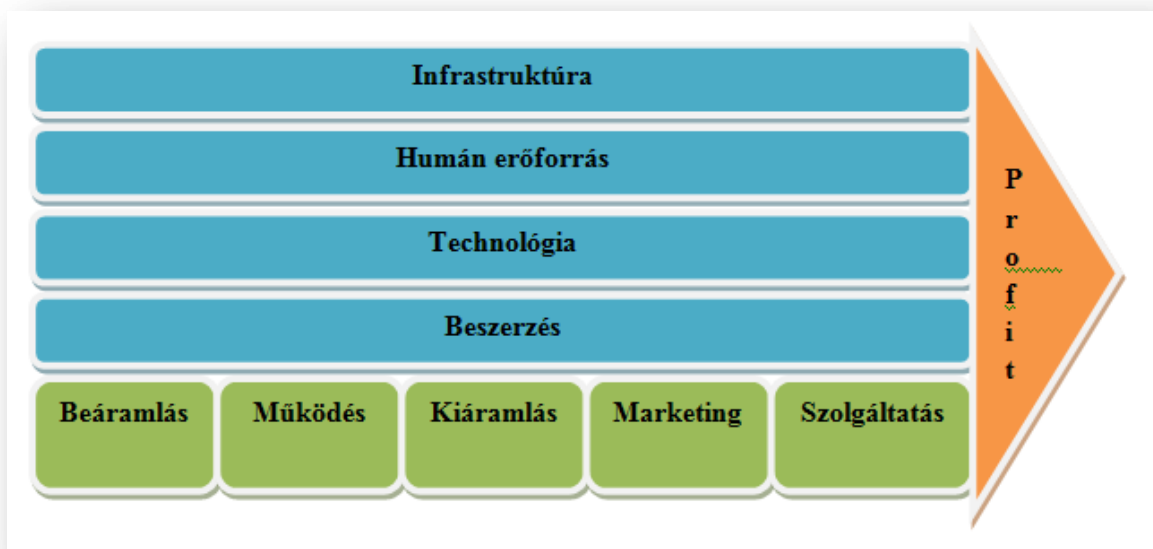
A programnak egy komplex és dinamikus környezetben kell sikeresen működnie, ebből kifolyólag rugalmasan kell kezelni a változásokat, az új innovatív ötleteket. A program sikere érdekében ki kell alakítani a megfelelő folyamatokat, struktúrákat, hogy a megfelelően működjenek a programok. Egy lapos szervezeti hierarchia kialakításával csökkentjük a döntési folyamatok idejét, ezzel megtartva a változásokra való gyors reagálás képességét.

5.3 Micro vizsgálat

A donor program és az egyetem belső vizsgálatára a Porter értéklánc elemzés modell segítségével adom meg a választ. A folyamatban vizsgálni fogom az elsődleges és a támogató tevékenységeket.

Porter féle értéklánc elemzés

Fontos része az értékáram elemzésnek magának az értéknek a meghatározása. Mit tekint a vevő értéknek és mi mit tekintünk értéknek. Az érték meghatározásának fontos eszköze a Porter féle értékelemzés.



Forrás: saját szerkesztés

7. ábra. Porter félé értékelemzés modell

Támogató tevékenységek

Egyetem és a program belső szerkezete: A program külön szervezatként integrálódik az egyetemhez, mint alapítvány. Az alapítvány által összeállított kuratóriuma irányítja, felügyeli és támogatja a program működését. A szervezeti ábrát lásd a 9. ábrán.

Emberi erőforrás: Az egyetem által kiválasztott magasan képzett és motivált tanárok segítik a program működését, támogató félként vesznek részt benne, mint mentorok. Hallgatói oldalról, csak a kritériumoknak megfelelő hallgatók vehetnek részt. A motiváltság és az alkotni akarás kell érződnie mindkét féltől. Projekt munkák esetében, ahol a vállalatokkal együtt dolgozik az egyetem, az elvárás mindkét fél részéről a profizmus és a motiváltság.

Technológia: A programban a legújabb technológiákat kell használni. A partnerek a szükséges IT berendezéseket, eszközöket biztosítják a programokban közreműködő tagoknak.

Beszerezés: Az egyetem nem rendelkezik a program beindításához szükséges szabad forrásokkal. Így a programot az európai uniós és a magyar állami támogatások, pályázatok útján nyert forrásokból, valamint a vállalkozások támogatásaival indítjuk el.

Elsődleges tevékenységek

Beáramlás: A program résztvevői az egyetem hallgatói, akik úgy gondolják, hogy az egyetemen megszerzett nyers tudást ki akarják próbálni és hasznos tapasztalatokra szert tenni.

Működés: A működést az alapítvány felügyeli és irányítja. A programokban hat hónapos időszakokban vesznek részt a hallgatók.

Kiáramlás: A programból a sikeresen, kiemelkedő tevékenységgel végzett hallgatók kerülnek ki, akik már rendelkeznek a vállalati szektor által igényelt tudással, tapasztalattal.

Marketing: A program egyik kulcspontra a marketing tevékenység, amelynek fel kell hívni a programra és annak a majdani sikereire a vállalati szektor és a jövőbeni hallgatók figyelmét, ezzel biztosítva a jövőjét és folyamatosságát a programnak.

Profit: Start-up Business Program működéséhez szükséges bevételt a sikeres innovációk termelik majd ki.

5.4 SWOT analízis

A SWOT elemzéssel feltérképezhetjük egy piac, iparág, üzlet, termék, szolgáltatás piaci életképességét, illetve megismerhetjük, hogy mely feladatok a legfontosabbak stratégiai szempontból.

A SWOT analízissel vizsgáljuk meg a Start-up Business Program-ra ható külső lehetőségeket és veszélyeket, valamint a programra ható belső erősségeket és gyengeségeket.

<u>Lehetőségek</u>	<u>Veszélyek</u>
Elismertség	Más egyetemek programjai
Jövőbeni projektek megvalósulása	Multinacionális vállalkozások
Egyetem hallgatói létszámának emelkedése	vezetőképző programjai
Pénzügyi bevételek növekedése	Pályázati források elapadása
<u>Erősségek</u>	<u>Gyengeségek</u>
Jól képzett tanári csapat	Belső támogatás hiánya
Egyetem központ elhelyezkedése	Nem megfelelő program irányítás
Egyetem jó hírneve	Következetesség hiánya
Sikerre éhes hallgatók	Versenyszellem hiánya

Forrás: saját szerkesztés

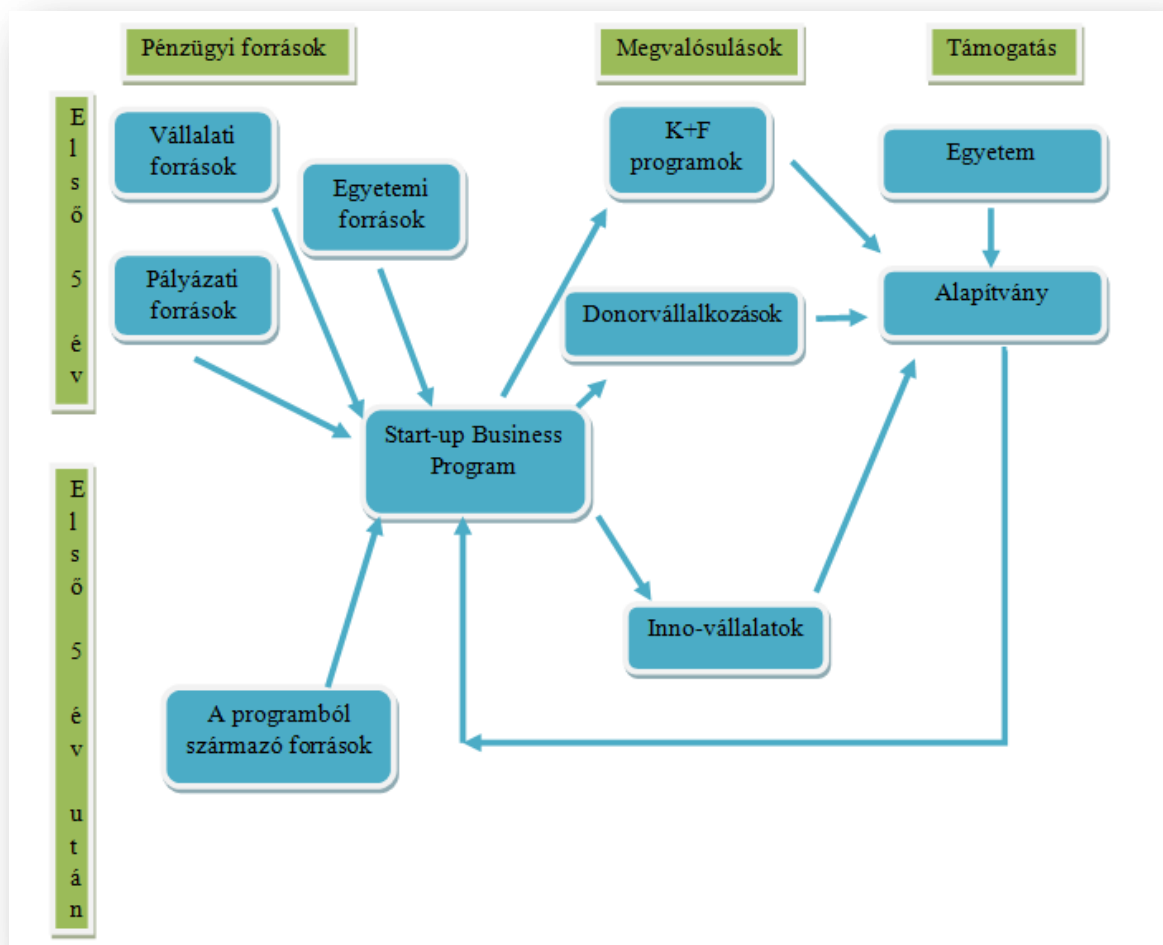
8. ábra. SWOT mátrix

A fő stratégiai irányvonal, hogy a hazai és a nemzetközi versenyben felvegye a lépést a világ többi egyetemével a vállalati kooperációk területén és az innovatív vállalati környezet kialakításában.

A kulcs fontosságú faktorok a fontos vállalati kapcsolatok kialakítása, és a pénzügyi források folyamatos biztosítása a program zavartalan működéséhez.

A SWOT mátrix alapján erősíteni kell a program belső támogatását a jól képzett tanárok bevonásával. A pályázati források elapadásának veszélyét elkerülni a megfelelő gazdasági kapcsolatok kialakításával. Az egyetem hírnevét felhasználva kialakítani a kapcsolati rendszert a nagyvállalatok világával.

6. Pénzügyi forrástervezés



Forrás: saját szerkesztés

9. ábra: A program működési szervezeti ábrája

6.1 Indulás

A programok pénzügyi forrását a pályázatok útján nyert tőkével és a vállalatok által támogatott kutatás és fejlesztés projektekkal biztosítjuk.

A program elindításához szükséges lehetséges pénzügyi források, pályázatok és támogatások

A program beindításához a szükséges forrásokat a magyar és a nemzetközi vállalatokkal kötött támogatási programokkal teremtjük elő. A fő feladat a kapcsolatok felvétele és kialakítása a vállalatokkal és a közös programokra való ösztönzés és érdekeltség

megteremtése. Ebben a szakaszban az összegek nagyságát a vállalatok által tervezett feladatok mértéke alapján kapja meg az egyetem, hogy biztosítsa a program megvalósulását. Az egyetemnek törekednie kell, hogy a lehető legkevesebb költséggel valósítsa meg a kötelezettségeit, hogy a támogatások és a költségek között elért különbséggel megtakarításokat halmozzanak fel. A megtakarításokból lehet finanszírozni az egyetem hallgatóinak az innováción alapuló ötleteinek a megvalósítását.

A program biztos és folyamatos forrás szükségletét munkaerő közvetítéssel tudjuk megoldani. Ez a fajta bevételforrás nem igényel nagy összegű beruházásokat, viszont jelentősen növelik a program forrásait. A kiközvetített szakmai gyakorlatát töltő hallgató a munkaerő közvetítő cégen keresztül dolgozik a vállalatoknak. Az alapítványhoz közel álló közvetítő cég jelenti a kapcsolatot a vállalatok és a hallgatók között. A vállalatok a közvetítő cégen keresztül utalják a béreket, amiből a vállalkozás megkapja az egyik részét és a másik részét tovább utalja a hallgatóknak. Adózás szempontjából ez a vállalatoknak kedvez, mert olcsóbban jutnak munkaerőhöz. A tanulói szerződéssel foglalkoztatott hallgatók alkalmazása a vállalatoknak a tanuló összevont adóalapba tartozó egyéb jövedelmének minősül, amely után a foglalkoztatónak biztosítási jogviszony hiányában 27%-os egészségügyi hozzájárulást kell fizetnie.

Egy 100 ezer forintos nettó havi bérrel számolva a munkaközvetítői díj eléri az 50 ezer forintot, így hat hónap alatt 300 ezer forintot kap a tanuló után. A legpesszimistább számítás alapján az egyetem száz hallgatójának sikerül a programon keresztül eltölteni a szakmai gyakorlatát a vállalatoknál, az így befolyt összeg eléri félévente a 30 millió forintot.

A vállalkozás alapítási program működéséhez az alapítványnak minimum 120 millió forintra van szüksége, hogy a szükséges beruházásokat elindítsa. Ma Magyarországon egy mikro vállalkozás elindításának átlagos induló költségei eléri az 5 millió forintot. A programban ez az 5 millió forint hat hónap költségeit fedezi az alapanyagok vásárlását, berendezések, gépek bérleti díját, vállalkozáshoz kapcsolódó költségeket. Éves szinten húsz vállalkozás beindításával számolunk, így megkapjuk a 100 millió forintot és még 20 millió forint kell az esetleges plusz kiadások finanszírozására és a likviditás fenntartására. A statisztikai adatok alapján minden tízedik kezdő vállalkozás éli túl az első évet. Ez alapján, éves szinten egy-kettő sikeres vállalkozással kalkulálunk.

A program során az alapítvány biztosítja a kezdő tőkét, a szakmai támogatást, a kapcsolati tőkét, a pályázati lehetőségeket a vállalkozások alapításához. Ez után a kezdő vállalkozások a

hitelprogramok, támogatások útján nyer további forrásokat a vállalkozások finanszírozásához, fejlesztéséhez. Az alapítvány a kezdőtőkét a vállalatoktól kapott támogatásokból kigazdálkodott összegből fedezi.

A lehetséges pályázatok, források a vállalkozások finanszírozásának a biztosításához:

Új Magyarország Kis- és Középvállalkozói Hitelprogram

A hitelprogram célja, hogy az MFB Zrt. 25 milliárd forintos kedvezményes kamatozású refinanszírozási forrásával és a Magyar Vállalkozásfinanszírozási Zrt. kezelésében álló Gazdaságfejlesztési Operatív Program 4. prioritásából biztosított 25 milliárd forintos kedvezményes kamatozású refinanszírozási forrásával a magyarországi székhelyű mikro-, kis- és kisvállalkozások beruházási- és fejlesztési céljaihoz hosszú lejáratú, kedvezményes forráslehetőséget biztosítson.

Magyarországon székhellyel, vagy az EGT területén székhellyel és Magyarországon fiókteleppel rendelkező mikro-, kis- és középvállalkozások, amelyek egyéni vállalkozás, gazdasági társaság, szövetkezet, vagy európai részvénytársaság formájában működnek.

A hitel felhasználható

- tárgyi eszközbe történő beruházáshoz,
- a beruházáshoz, fejlesztéshez közvetlenül kapcsolódó szabadalmi jog, licenc, know-how vagy nem szabadalmazott technikai tudás (immateriális javak) vásárlásához, előállításához,
- a beruházáshoz, fejlesztéshez közvetlenül kapcsolódó tartós forgóeszköz finanszírozásához.

A hitel főbb jellemzői

- induló vállalkozások is igényelhetik,
- kedvezményes kamatozású, hosszú futamidőre, forintban igényelhető hitel,
- a hitelprogram keretében megkezdett beruházás is finanszírozható.

Új Széchenyi terv

Az Új Széchenyi terv keretében a következő forrásokhoz tud jutni a program, négy magyar pályázati lehetőséget gyűjtöttem ki, amelyek a mikro- és kisvállalkozások fejlesztéséhez szolgáltatnak forrásokat.

Komplex vállalati technológia-fejlesztés mikro-, kis- és középvállalkozások számára

A Kombinált Hitel Garancia célja, hogy a kereskedelmi banki módszerekkel nem kellő mértékben finanszírozható, de hitelképes magyarországi székhelyű, illetve az Európai Gazdasági Térség területén székhellyel és a Magyar Köztársaság területén fiókteleppel rendelkező mikro-, kis- és középvállalkozások számára a hitelintézet bevonásával a GOP és KMOP keretében kiírt pályázatok által finanszírozott vissza nem térítendő támogatást és a GOP 4 prioritás keretében a hitelintézetek által nyújtott, garancia szervezetek által garantált hitelhez viszont garanciát együttesen biztosítson.

A pályázat kiírási célja mikro-, kis- és középvállalkozások különféle belső fejlesztéseinek (eszközvásárlás, ingatlan-beruházás, marketing) támogatása „KHG” eljárás segítségével annak érdekében, hogy ezen beruházások révén fejlődjenek a vállalkozások, új munkavállalókat foglalkoztathassanak, és új piacokat szerezhessenek. A pályázati kiírás keretében előnyben részesülnek az Új Széchenyi Tervhez kapcsolódó fejlesztések. A vállalkozások minél több területet érintő fejlesztése céljából eszközbeszerzésre, illetve információs technológia fejlesztésére lehet használni.

Mikro-, kis- és középvállalkozások technológiai fejlesztése a Közép-magyarországi régióban

A pályázat célja a kis- és középvállalkozások eszközbeszerzéseinek támogatása, információs technológia-fejlesztése annak érdekében, hogy a kis- és közepes vállalkozások versenyképessége javuljon és piaci helyzetük tartósan is stabillá váljon.

- gazdasági társaságok

- egyéni vállalkozók
- szövetkezetek

A pályázat kiírására kizárólag mikro-, kis és középvállalkozásnak minősülő vállalkozások pályázhatnak, amelyek létszáma az utolsó lezárt üzleti évben legalább 1 fő volt.

Mikro vállalkozások fejlesztése

A pályázat kettős segítséget nyújt a mikro vállalkozások számára. Megteremti a lehetőségét annak, hogy igen csekély, 10%-os önerővel, egyszerűsített eljárással, egyablakos rendszerben igényelhessenek vissza nem térítendő támogatást, ugyanakkor e mellé a piacinál jóval kedvezőbb feltételeket kínáló mikro hitelt is biztosít. Így a fejlesztés szinte teljes mértékben állami forrásból valósul meg. A mikro vállalkozások fejlesztése érdekében eszközbeszerzésre, infrastrukturális és ingatlan-beruházásra, valamint információs technológia-fejlesztésre lehet támogatást igényelni.

Támogatást mértéke

A pályázó 10% saját forrást (önerőt) köteles biztosítani.

A vissza nem térítendő támogatás mértéke maximum a Pályázati Projektérték 45%-a lehet, de legfeljebb 4 millió Ft.

A visszatérítendő támogatás mértéke maximum a Pályázati Projektérték 60%-a lehet, de legfeljebb 8 millió Ft.

A vissza nem térítendő támogatás összege nem haladhatja meg a visszatérítendő támogatás összegét.

Innovációs eredmények hasznosításának támogatása mikro-, kis- és középvállalkozások részére

A kis ötletekben is nagy lehetőség, nagy erő rejlik, a kis- és közepes vállalkozók számára itt az alkalom, hogy ehhez támogatást is nyerjenek. Magyarországon sok vállalkozás végez az üzletszerű tevékenységéhez kapcsolódóan vagy amellettt termékfejlesztést. Az Új Széchenyi Terv e pályázata segítséget nyújt az innovációs eredmények hasznosításában, új megoldások meghonosításában. A pályázat célja újszerű technológiák, szolgáltatások, eljárások

alkalmazásának bevezetése a termelés/szolgáltatás folyamataiba, az elért innovációs eredmények iparjogvédelme. Pályázni lehet eszközbeszerzésre, iparjogvédelemmel kapcsolatos tevékenységre, munkatársak alkalmazásának támogatására.

Támogatás mértéke

Jelen pályázat keretében az igényelhető vissza nem térítendő támogatás összege: minimum 5.000.000 Ft, maximum 25.000.000 Ft.

Norvég kooperációs program

A norvég vállalati szektor közel 160 millió norvégkorona keretében tervez zöld beruházásokat megvalósítani magyar partnerekkel. A kooperációval erősíteni akarják a két ország közötti innovációs zöld beruházásokat.

A zöld innovációknak a célja, hogy növeljék a környezetbarát technológiák arányát és csökkentsék a környezet szennyezés mértékét Magyarországon. A program a Norvég Innovációs Központ által támogatott, mely megteremti a lehetőségek tárházát a norvég vállalati szféra és a magyar partnerek között.

A kooperáció megteremtése a kutatási projektekhez, melyet a Norvég Kutatási Központ támogat, cserediák program bevezetésével teremti meg a tudás áramlását és a tapasztalatok bővítését.

6.2 Fenntarthatóság

A program által sikeres pályán elindított vállalkozások pénzügyi bevételeiből 20 százalékot az alapítványi alapba utalnak át. Az alap lenne az eszköze a további innovációs ötletekbe való investálásnak. Másrészt lehetőség adódna arra, hogy a sikeresen működő vállalkozások a bevételeik egy részéből finanszíroznák a jövőbeni innovációs ötleteket. Ezekben az újvállalkozásban vagy résztulajdonosként vennének részt vagy a „kölcson” adott összeget az új vállalkozásnak vissza kellene fizetnie a jövőbeni bevételeiből a vállalkozásoknak. Így egy idő után ki lehet zárni a pénzügyi függőséget az állami pályázatoktól.

A következő lépés a fenntarthatóságban, a program népszerűsítése és elismertségének a növelése. A remek reputációnak köszönhetően nagyobb volumenű kutatási és fejlesztési projekteken való részvétel megcélzása illetve az egyetem társfinanszírozóként való megjelenése a kooperációban.

Későbbi források lehetősége a programban részt vett hallgatók adományai.

7. Marketing terv

7.1 Indulás

Marketing programról itt még nem igazán érdemes beszélni. Ebben a fázisban egy belső marketingről beszélhetünk. A programot a hallgatók körében kell népszerűsíteni, hogy minél több tehetség közül lehessen válogatni. A program eredményeit és hatásait közzé kell tenni az egyetemi honlapon. A program kezdeti fázisában kerülni kell az külső marketinget, mert az esetleges hibák és sikertelenségek az egyetem hírnevét ronthatják illetve a jövőbeni programbővítésnél negatív hatással lehet a befektetők körében.

7.2 Növekedés

Az első két év eredményes működése, esetleg sikere után, a belső marketing stratégiáról át kell térni az külső marketing stratégiára. Minden szakmai fórumon meg kell jelenni a donor-programmal, ahol hangsúlyozni kell egyrészt a lehetőségeket, amik a hallgatókra várnak, ha részt vesznek a programban. Másrészt a vállalatoknak be kell mutatni a programhoz való csatlakozás esetén az általuk nyerhető előnyöket.

Minél nagyobb fórumon kell hangot adni a programnak, ahol nyomatékosítani kell a meggyőződést, a szemléletet, miszerint aki csatlakozik a programhoz sikerekben lesz része és piacképes tapasztalatot fog kapni a diplomája mellé, azaz „piacképes diplomás” lesz. Ez a szemléletmód fogja erősíteni az egyetem által képzett hallgatók elismertségét és az egyetem hírnevét. Egy idő után, a „tömeg vonz tömeget” elv alapján magát fogja eladni a program. Aki bekerül a csapatba, csatlakozik a programhoz kiváltságos helyzetben fogja érezni magát, a kiválasztottak sikerélményét kapja meg.

Jó kapcsolatot kell ápolni a médiákkal, hogy minden sikeres újítást, innovációt, eredményt be tudjunk mutatni országos szinten is, hogy a programot megismerjék, az eredményeket elismerjék a résztvevő felek, az egyetemek oldaláról, a vállalati szféra és a hallgatók.

8. A program felépítése

A programban résztvevő hallgatókat egy szigorú kiválasztási folyamat során választjuk ki. A kiválasztási folyamatban részeként az elbeszélgetés során közösen meghatározzuk a „jelölt hallgató” érdeklődési körének, szakirányának, esetleg alapképzettségének megfelelő program fajtát.

8.1 Probléma kör

A mai világban működő kis-, közép- és nagyvállalatok mindennapi problémáinak, felmerülő kérdéseinek a megoldására, feloldására olyan új, innovatív ötletekre, folyamatok megalkotására és kitalálására van szükség, amivel a cégek partnerévé tud válni az egyetem. Az egyetem részéről „ötletthordozó” hallgatókat be kell mutatni a vállalati szféra képviselőinek.

A csapat felállítása

A csapatot a vállalati „team”-nek mintájára állítjuk fel. A csapatban megtalálható a gazdasági, a műszaki és az informatikus végzettségű hallgató egyaránt, a project vagy feladat igényének megfelelően. Az is lehet, hogy a csapatban csak műszaki végzettségű hallgató lesz, de lehet, hogy mind a három fajta végzettségű hallgató is részt vesz a feladatban. A csapatnak együtt kell dolgoznia, mint a vállalatok projektjeiben. A csapatot egy mentor kontrolálja és felügyeli, a kiválasztott hallgatók a szponzor mentornak tartoznak felelősséggel, mint a munkahelyeken a vezetőknek.

Indulási szakasz

Hat hónapos rotációban követnék egymást a csapatok. A hat hónap hat üzleti évnek felel meg, és minden „évben”, azaz hónaponként négy negyedévet határolunk el. A diákoknak a negyedévek elején mindig el kell készíteni a mentorukkal együtt az elérendő célokat, amiben bemutatják az elérésük terveit, valamint, hogy milyen mérőszámokkal mérik a célokat. Kontroll pontok kitűzésével a folyamatok megvalósulását nyomon lehet követni ellenőrzés céljából. Minden negyedévben más diák vezeti, illetve vállalja a célok megvalósulásáért a felelősséget.

Feladatok meghatározása

A hallgatók minden szemeszter előtt megkapják a mentoruktól az előzetes feladatokat, a rosszul működő folyamatokat, amikre megoldásokat kell találniuk (A jövőben a már működő program esetén a feladatokat a vállaltoktól kapják). A folyamat időterv alapján minden héten

hétfőn, hétfő délelőtt csapatmegbeszélés alatt vitatják meg az előző héten felmerült problémákat, a csapattagok értékelik tevékenységüket, és folyamatosan frissítik, kiegészítik az eredményeket rögzítő táblázatot, annak megfelelően, hogy milyen feladatokat kell megoldaniuk. A feladatokat előre meghatározott időpontokra meg kell oldaniuk. Eredménytelenség esetén negatív értékelést kapnak, ami nem jelenti a program teljes sikertelenségét. Továbbá minden pénteken, azaz negyedév végén el kell küldeniük a beszámoló riportot a mentoruknak.

Annak, aki részt vesz a programban a lehető legjobb tudásával kell megvalósítani a feladatokat.

Kommunikáció

A csapattagok közötti kapcsolatot a tagoknak maguknak kell megszervezni, a kapcsolattartás hiányosságai a teljesítmény rovására nem mehet. A kapcsolattartás módjára és a gyakoriságára nincs meghatározott szabályozás. A hétfő reggeli személyes csapat találkozón kívül a résztvevők kötetlenül, bármilyen módon kapcsolatot tarthatnak. A mentor a feladat végrehajtásának, eredményességének és a határidő betartásának a feléje irányuló kommunikálást kéri számon a csapattagoktól.

Befejezés

A hatodik hónap végére a csapatnak egy minimum ötven oldalas üzleti tervet kell készíteniük, továbbá egy „power point”-os kiselőadásban be kell mutatniuk az elért eredményeket, újításokat. Az üzleti tervben három fő pillérre kell helyezni a hangsúlyt.

- Az egyik a pénzügyi rész, vagyis az elért eredmények sikerességének mutató száma alapján kell bizonyítani a sikert.
- A másik rész az innovációk részletezése, bemutatása (pl.: új mérő számok bevezetése) és a felhasznált irodalom részletes bemutatása.
- A harmadik rész a felhasznált marketing eszközök bemutatása.

A kiselőadásban egy bizottság előtt kell a csapattagoknak ismertetni a hat hónap alatt elért eredményeket. Az előadás alkalmával részletesen megbeszéljük a csapatépítés folyamatát, és a táblázatban rögzített eredmények ellenőrzését. Kirészletezik a „negyedévek, évek” pénzügyi eredményeit, sikerességét és a felmerült kockázatokat.

Kiugrási lehetőség

A programban a diákok az egyetemen megszerzett tudást tudják kamatoztatni és felhasználni. Amint már többször említettem az innováció fontosságát a tanulmányomban, úgy az életben is meghatározó szerepet tölt be. Ahogy a piaci versenyben, úgy a felvételi interjúkon is egyre többet és többet kell nyújtani a felvételizőknek, mint az átlag, ha sikeresek szeretnének lenni. Ebbe beletartozik a külföldi tanulmányi út, a tanulmányi versenyek, a nyelvek ismerete és az egyéb érdekes események, amivel a többi jelentkező közül ki tudnak tűnni. A program erre a problémára is választ ad.

Jövő orientáltság

A program célja az innováció mellett a jövő orientáltság is. Az egyetemi programok a jelen vállalati kihívásaira próbálja megtalálni a válaszokat. A megoldások, a tanulmányok piacképes formában eladhatók a vállalatoknak. Ennek megfelelően az egyetem további bevételforrásokhoz tud jutni. Nem garantált, hogy a vállalatok tökéletes megoldásokat fognak kapni, de egy-egy elemet tökéletesen be tudnak illeszteni a folyamataikba illetve új szemlélet módokat ismernek meg. Vállalatok felől a jövőben megkereséseket kaphat az egyetem, hogy további kutatásokban és fejlesztésekben vegyenek részt.

Kinek is lenne jó? Elsősorban a kis- és középvállalkozásoknak, akik nem engedhetik meg maguknak, hogy a cégnél állományban foglalkoztassanak szakembereket, az ilyen típusú feladatok elvégzésére. Másodsorban a nagyvállalatoknak is hasznos a program, igaz, hogy ők rendelkeznek a megfelelő szakképzettségű emberekkel, de az egyetemről olyan friss ötleteket, új hullámokat kapnak, amikre még nem hatottak a nagyvállalatok által előírt megkötések illetve „ezt így nem lehet megoldani” mondatoktól mentes.

8.2 Egy lehetséges innovációs példa a program tagjainak

Az élelmiszer kiskereskedők napi szintű vevői szükséglet kilengéseinek kisimítása, a raktározási problémáik megoldása, a bolt vonzóbbá tétele a vevők szemében és egy új trend megalkotása.

A kis éjjel-nappali boltoknak a raktározási problémáit kell megoldaniuk, ami magába foglalja a lassan forgó termékek számának csökkentését, megtartva a széleskörű termékválasztékot. Ebben az esetben egy újszerű termék ellátási láncot kell kitalálniuk, amit pénzügyileg is meg kell oldaniuk. Meg kell alkotniuk az új termék eladási stratégiát, hogy ne álljon a boltok „vagyona” a kirakatokban két hétnél tovább. Az ABC elemzéssel kell megvizsgálniuk, melyik termék milyen nagyságú bevételt produkál egy nap alatt, és mekkora a forgási sebességük. Majd ezt követően, kitalálniuk, hogy a kisebb forgalmú termékeknek, hogy tudják növelni a forgalmát. Elsősorban innovatív ötleteket kell kitalálniuk.

Hangsúlyoznám, hogy a programban résztvevő diákoknak nem az lesz a feladata, hogy a pult mögött üljenek. Nem akarjuk, hogy a diploma megszerzése előtt álló diákok eladóként dolgozzanak. A programban az ő feladatuk az lesz, hogy a mai trendnek megfelelően tanuljanak meg csapatban dolgozni, vállaljanak felelősséget a döntéseik után és legyenek innovatívak.

8.3 Egy valós innovációs ötlet sikeres megvalósítása - „Sugar Shop”

Az üzletágot erős verseny jellemzi, ugyanis a többi üzletághoz képest minimális vagy közepes beruházást igényel, a szakmai tudás könnyen elsajátítható. Az üzletágban a régi patinás nevekre támaszkodva érnek el sikereket vagy az újszerű ötletekkel. Ilyen volt a Sugar Shop üzlet is. Ma trendinek számít ebben boltban vásárolni a fiatalok és a turisták körében, státusz szimbólummá nőtte ki magát a bolt.

Minek is köszönhető?

Az innovatív eladási stratégiának, nagy terek, színes, csillogó kirakat, üzlethelység és nem utolsósorban a nem szokásos formájú sütemények, torták. Az üzletben járva úgy érzi magát az ember, mintha egy kiállításon lenne. A termékek nem a szokásos módon sorakoznak a polcokon. Ezzel a stratégiával a cég a többi versenytárhoz képest kétszer-háromszor többet tud kérni a termékekért. Ugyanakkor a termék minősége nem kimagaslóbb a versenytársak termékeihez képest. Láthatjuk, hogy egy innovatív marketing stratégiával a bolt vonzóbbá tudta tenni magát a többi cukrászdához képest.



Hogy is gondolkoznak Ők az innovációról?

„Mintegy nyolc évvel ezelőtt eszméltünk rá, bármennyire is finomak, formailag mégis milyen unalmas szeletek és egyhangúan kerek süteményeink, tortáink. Merész gondolatunk támadt: mi lenne, ha a jól megszokott formákat újraterveznénk, hogy ne mindig ugyanaz a háromszög nézzen velünk szembe a tányérról? Sőt, mi lenne, ha minden süteménynek megadnánk a hozzá illő tálalást, csomagolást? Milyen lenne, ha a szék, amin ülünk; az asztal, amin eszünk; a hely, amit cukrászdának hívunk, végre túlmutatna a megszokott, tonett-székes, kávéházakat utánzó hangulatán?”

Forrás: <http://sugarshop.hu/sugar/szavakban/1.html> (letöltve: 2011.10.10)

Láthatjuk, hogy az új gondolkodásmód, milyen lehetőségeket tud adni a vállalkozásoknak egy erős verseny orientált piacon.

9. Jövőbeni fejlesztések

A program bevezetése után a folyamatos fejlesztésekkel biztosítani a jövőbeni növekedést és biztonságot. A program fő célja sikeres innovatív egyetemi vállalkozások elindítása, amik bevételt termelnek a program működéséhez, a fejlesztésekhez.

Egy ilyen lehetséges jövőbeni fejlesztési lehetőség az Óbudai Egyetem Kártya

Egy olyan kártya (akár telefonos alkalmazás) kibocsájtása, amivel kedvezményes vásárlásokat lehet biztosítani az egyetem hallgatóinak, amihez az egyetem érvényes diákigazolványával kell rendelkeznie a hallgatónak. Példaként: az egyetemnek hivatalosan 14 ezer hallgatója van, így a hallgatószám alapján tudunk partnerként tárgyalni a kártya szolgáltatásainak kiterjesztéséről. Így létrehozható az egyetemi kedvezményes telekommunikációs flotta csomag.

10. Konklúzió

Magyarország a földrajzi és a területi adottságait, valamint a nagy múltú, magas színvonalú egyetemi képzését kihasználva tudjon válaszolni a világban bekövetkező gyors változásokra. A globális vállalatok térhódításával megváltoztak az igények a munkavállalókkal szemben, az általános ismeretekkel szemben a kreativitást és a probléma megoldást helyezik előtérbe a vállalatok, valamint az idegen nyelvek megfelelő szintű ismeretét. A globális vállalatok beszállítói környezetében az erős magyar vállalatok jelenlétének a kialakítása szükséges, amellyel részesei tudunk lenni a globális munkamegosztásnak. A jelen helyzetben a Start-up Business Programra van szükség, hogy lefedjük a globális világ által generált igényeket, az aktuális tudással, az ismeretekkel, a piacképes tapasztalattal, az értékes gyakorlattal rendelkező hallgatók képzésével. A vállalatoknak nagy problémát okoz a nem megfelelő és aktuális tudással rendelkező diplomások kiszűrése a valóban megfelelő tudással rendelkező friss diplomások közül. A feladat az egyetem részéről az olyan diplomások képzése, akiket a vállalatok keresnek a piacon, ehhez a Start-up Business Program adja a megfelelő támogatást az egyetemnek. A világában kialakult éles verseny nem csak a vállalati szférában figyelhető meg, hanem az egyetemek világában is. Egyre erőteljesebb marketing munkával kell megnyerni a leendő hallgatókat, hogy az adott egyetemre jelentkezzenek. Ma már az egyetemeknek nem csak a hazai felsőfokú intézményekkel kell versenyezniük, hanem a külföldi egyetemekkel is. Ezért is fontos a program az egyetemen, mert egy lehetséges karrier út elindítását biztosíthatja a hallgatóknak az egyetemi évek alatt. Ezzel csökkentve a friss diplomások munkakeresési idejét és a hallgatók egyetem utáni életének bizonytalanságait.

Irodalomjegyzék

Koos Slagter (2010) Effective innovation in practice

Norman E. B. (1994) University-Business Partnership: An Assessment

<http://www.ucop.edu/raohome/cgmemos/89-20.html> (letöltve: 2011.10.10)

<http://www.cam.ac.uk/business> (letöltve: 2011.10.10)

<http://www.enterprise.cam.ac.uk/university-community/seed-funds/> (letöltve: 2011.10.10)

http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/ef0014_en.htm (letöltve: 2011.10.11)

<http://www.chem.ufl.edu/~miller/YSAP/images/YLL%20CEP%202011.pdf> (letöltve: 2011.10.10)

<http://www.vallalkozasi-formak.hu/index.php/vallakozas-kialakulasa/vallalkozo-fogalma.html> (letöltve: 2011.10.16)

https://www.mfb.hu/tevekenyseg/hitelprogramok/vallalkozasok/kis_es_kozepvallalkozoi_hitel (letöltve: 2011.10.14)

<http://ujszechenyiterv.gov.hu/doc/2698> (letöltve: 2011.10.09)

<http://ujszechenyiterv.gov.hu/doc/2699> (letöltve: 2011.10.09)

<http://ujszechenyiterv.gov.hu/doc/2695> (letöltve: 2011.10.09)

<http://www.regjeringen.no/en/dep/ud/pressesenter/pressemeldinger/2011/360-mil-miljosamarbeid-ungarn.html?id=660437> (letöltve: 2011.10.18)