

Hárskuti János

STARTUP KURZUSOK A MILTON FRIEDMAN EGYETEMEN 2017–2019

DOI 10.25116/kozelitesek 2020.3.5

Abstract

In the first semester of the 2017–2018 at Milton Friedman University we started the first startup course with the aim of providing our students with the skills and competences needed for startup ventures. This strategic intent was fully in line with the applied sciences focus of the university, and we wanted to enhance entrepreneurship skills, innovation in the education. In the courses we worked together with several partner companies. At the beginning with Design Terminal, later on among others with Hiventures Fund and MVM. The core idea was to strengthen the knowledge, competences and skills that enable the students to successfully take the roadmap from the idea to realisation, and to assist the most successful ones in gearing up to the business implementation phase.

Following the conclusions of the first startup course, in the next semesters besides the startup I courses, we started the startup II courses with the best teams from the basic courses, and on top of that in every semester we launched startup courses in English for our foreign students studying at our university in the Erasmus program. The education was based on the lean startup methodology, and we went through customer development, the business model canvas, agile development, and all other important areas of the startup methodology both in theory and in practice. So far, we have had more than twenty startup ideas and projects. The best and most promising ones could continue their work in the startup II courses, or could start the preparations for some startup competitions.

Well known Hungarian startup experts were invited and actively participated in our courses. The coordination and consistency regarding the university curriculum were ensured by the professors of our university, and mentors helped the teams as well.

The success of the startup courses confirmed our hypothesis that such a course can be successfully built into the university curriculum, and together our professors and business partners, the students considered the knowledge and competences useful and applicable in their future professional carrier.

Key words: Education, startup ventures, entrepreneurship

Bevezetés

Sok-sok évvel ezelőtt is egyértelmű volt, hogy Magyarországon a fiatal generáció képzésében nagyobb figyelmet kell fordítanunk a vállalkozói mentalitás és kreativitás fejlesztésére, valamint új vállalkozások alapításához és sikeres fejlesztéséhez szükséges tudás és készségek erősítésére. Ma is sokan gondolják, hogy a fiatalok többsége egy biztosnak tűnő állást vagy pozíciót előnyben részesít

a bizonytalanok tűnő vállalkozói léttel szemben. Tartanak a bizonytalanságtól, pedig siker esetén a várható anyagi és erkölcsi elismerés sokkal vonzóbb jövőképet és egzisztenciát hozhatna.

Ugyanakkor az ország versenyképessége szempontjából fontos lenne a vállalkozói kultúra, a vállalkozói készségek és képességek erősítése az egyetemi oktatásban.

Dóry Tibor, a Széchenyi Egyetem kutatási központjának igazgatója már egy 2013-ban írt cikkében is aláhúzta, hogy a startup ökoszisztéma elemzésénél Magyarországon alig említik a hazai felsőoktatást. A helyzet sajnálatos módon nem változott, megállapításai ma is összhangban vannak számos későbbi felmérés eredményeivel. Talán nem túlzás azt állítani, hogy a hazai felsőoktatás inkább alkalmazott létre „nevel”, és nem az önálló vállalkozás, az önálló egzisztencia megteremtéséhez szükséges képzést helyezi előtérbe. (Nkfi.gov.hu, 2013).

Ezen a helyzeten kívántunk javítani, ezért a 2017–2018-as tanév első félévében az akkor még Zsigmond Király Egyetemen, ma Milton Friedman Egyetemen kidolgoztuk és elindítottuk a hivatalos tanterv részeként, választható tantárgyként a startup kurzust. Már az indításkor is célként tűztük ki, hogy nappali hallgatóink mellett a levelező oktatásban részt vevők számára is elérhetővé tegyük a startup kurzust, sőt az ERASMUS-program keretében egyetemünkön tanulmányokat folytató külföldi hallgatók számára is meghirdettük az angol nyelvű startup kurzust. Mindkét program már a következő félévben, azaz a 2017–2018-as tanév második félévében sikeresen elindult.

A startup kurzus teljesen új kezdeményezés, amely az alkalmazott tudományok egyetemi képzésünkhöz szorosan kapcsolódott. Egyetemünk kiemelt stratégiai céljai között található a hazai versenyképesség, az innováció és a vállalkozói képességek támogatása, így egyértelműen ehhez illeszkedett a startup képességek és készségek oktatásának bevezetése és erősítése a képzésben.

A szakmai program összeállításánál több lépéssel terveztünk: elsőként a startup vállalkozások indításához szükséges kompetenciák és készségek meghatározása, illetve az egyes súlypontok kijelölése volt a feladatunk. Az amerikai startup-világ sikeres és elismert szereplője néhány évvel ezelőtt megjelent könyvében némi túlzással arról írt, a startup vállalkozások legfontosabb szabálya, hogy nincsenek is szabályok. (Horowitz, 2014). Ugyanakkor mi fontosnak tartottuk, hogy a startup ökoszisztémában – és részben a kisvállalkozások indításánál általában – használt tervezési stratégiai eszköztárat s a hozzá kapcsolódó gyakorlatokat a hallgatók feldolgozzák és elsajátítsák. Ennek érdekében megismerték az üzleti modellkészítés modern technikai eszközeit, a különböző folyamatokat, de megemlíthetjük az öt lépésben történő üzleti modelltervezést, (Osterwalder & Pigneur, 2010), illetve az értékajánlat definiálását és kidolgozását is. (Osterwalder et al, 2014).

Eric Ries (Ries, 2011) saját startup definíciójában úgy írta le a startup vállalkozásokat, mint amelyek kiemelkedően bizonytalan körülmények között dolgoznak azzal a megfogalmazott célkitűzéssel, hogy egy teljesen új terméket vagy szolgáltatást hozzanak létre. Emma Gowan egyik online cikkében (Gowan, 2018) összefoglalta, a sikeres és befutott startup vállalkozók hogyan definiálják a ezeket

a vállalkozásokat: A startup egyszerűen fogalmazva egy olyan vállalkozás, illetve kísérlet egy ötlet megvalósítására, amely ugyan kezdeti fázisban van, de kimondott célja az exponenciális növekedés elérése. Egy adott problémára úgy keres megoldást, hogy egy beazonosított piaci rést elfoglal, vagy új termék–piac megfelelést keres. Alapvetően a startup vállalkozás új, eddig fel nem fedezett megoldásokra törekszik. A sikerhez vezető úton munkáját és megközelítését az innováció, rugalmasság, gyorsaság jellemzi, és nyilvánvalóan elengedhetetlen a kudarctűrés és a megújulás képessége is.

A Milton Friedman Egyetemen a startup képzésben olyan kompetenciák és készségek erősítését, fejlesztését szeretnénk megvalósítani, amelyek hozzásegíthetik hallgatónkat ahhoz, hogy az ötlettől eljussanak egy sikert ígérő és külső befektetők számára is vonzó üzleti terv bemutatásáig, majd ezt követően a legsikeresebbek egy későbbi szakaszban már ennek megvalósításán dolgozhassanak.

A hangsúlyt a startup vállalkozások indításához szükséges készségek és kompetenciák oktatásában arra fektettük, hogy a hallgatók megbirkózzanak az állandóan változó környezet által kiváltott nehézségekkel, és kreatív, egyedi, újszerű megoldásokat keressenek. Olyan üzleti lehetőségeket azonosítsanak, amelyeket hagyományos megközelítéssel az eddigi piaci szereplők nem láttak meg. Ha az üzleti sikerhez szükséges, akkor legyenek képesek kisebb változásokat akár több alkalommal elvégezni, vagy az egész ötletet is újra gondolni. A kudarcot is más kontextusba helyeztük: azt erősítettük az oktatás során, hogy a legfontosabb az esetleges sikertelen vagy kudarcos próbálkozásokból a megfelelő tanulságok levonása, és általában is kiemelt szerepet kapott a változtatás és megújulás képességének erősítése.

A kurzus elindítása hosszú előkészítést igényelt. Elsők között azt gondoltuk végig, hogy milyen céllal hirdetjük meg a hallgatóknak, hiszen az esetek többségében a kurzus iránt érdeklődők közül nem mindenki tervezte, hogy startup vállalkozást indít, vagy hogy egyáltalán vállalkozói karrierre készülne.

Egy startup vállalkozás a gyakorlatban a hét minden napján elfoglaltságot, elkötelezettséget jelent. Ezzel szemben hallgatónk az egyetemen egy választható tantárgyat – startup kurzust – vettek fel, és többek elkötelezettsége ennek megfelelően is alakult a kurzusok kezdetén .

A következő kihívás a vállalkozói hozzáállás hiányának, valamint az alacsony kockázatvállalási hajlandóságnak a leküzdése volt. Igaz, hogy az első kurzusok alkalmával a hallgatók csak virtuálisan indítottak el egy vállalkozást, azaz tényleges üzleti kockázatot nem vállaltak, ugyanakkor ez a tantárgy másfajta hozzáállást igényelt tőlük a hagyományos tantárgyakhoz képest. Itt nem a megszokott menetrend szerint haladtunk: óralátogatás, a tananyag elsajátítása, végül beszámolás a megszerzett tudásról egy vizsga keretében. Az igazsághoz tartozik, hogy a hallgatók egy része nem tudta elfogadni az új kereteket, azt, hogy lényegében nem a klasszikus frontális oktatás és időszakos számonkérés zajlik, hanem az üzleti lehetőségek feltárása, a kreatív megoldások és ötletek azonosítása, a jól szervezett csapatmunka és egy, befektetőknek is vonzó üzleti terv elkészítése. A hallgatók csoportokat

alakítottak, megszervezték önmagukat, ötleteken dolgoztak és döntéseket hoztak. A hagyományosan individualista megközelítéstől, mely Magyarországon a leginkább elfogadott, ez a munka nagymértékben különbözött.

A hallgatók számára a startup kurzus végén semmi sem garantálta a sikert, hiszen volt arra is esély, hogy a közös munka nem eredményez egy potenciálisan sikerrel prezentálható üzleti tervet.

A startup kurzus tervezésében és megvalósításában az egyetem részéről olyan oktatók – Szegediné Lengyel Piroska, Sipos Zoltán, Hárskuti János – vettek részt, akik több évtizedes üzleti tapasztalattal rendelkeztek. Az első startup kurzus kidolgozásában és elindításában partnerünk a Design Terminál volt, amely 2014 óta többszáz innovatív startup vállalkozással dolgozott. A tananyag fejlesztésénél a Design Terminál sok éves tapasztalatára és gyakorlatára is építettünk, és azt vettük át az egyetemi oktatás kereteinek megfelelően.

A későbbiekben saját oktatóink mellett sok, a startup-világban ismert és bizonyított cégvezető, illetve üzletember vett részt a képzésünkben, ők előadást tartottak, vagy mentoráltak egyes hallgatói csoportokat.

2019 szeptemberétől pedig már közép- és nagyvállalati partnerekkel is együtt dolgoztunk. 2019 első félévében együttműködési megállapodást kötöttünk az MVM csoporttal, és a 2019–2020-as tanév első szemeszterében megkezdtük a startup kurzuson hallgatóink felkészítését az MVM Smartfuture Lab startup versenyében, az EDISON-programban való esetleges részvételre. A SmartFuture Lab vezetői, Márton István és Gerencsér Dorottya előadást tartottak kurzusainkon és mentorálást is vállaltak.

A kurzusok elindításánál a következő hipotéziseket állítottuk fel:

1. A startup kurzus választható tárgyként beépíthető az egyetemi képzésbe, az itt megszerzett készségeket és ismereteket jól hasznosíthatónak értékelik a képzésben részt vevő nappalis és levelezős, valamint az ERASMUS-programban részt vevő külföldi hallgatók is.

2. A startup kurzusok folyamatos meghirdetése és megtartása lehetőséget teremt arra, hogy a Milton Friedman Egyetem a későbbiekben startup inkubációs projektet indítson, mert számos életképes projektet hoznak létre hallgatóink és igénylik is a további segítséget potenciális üzleti vállalkozásuk megvalósításához.

Anyag és módszer

A kurzusok elindítása

Az első kurzusokat nappalis és levelezős hallgatók részére, magyar nyelven hirdettük meg. Választható tárgyként, három kredittel vehették fel. Célunk az volt, hogy az egyetem nappalis és levelezős hallgatói közül minden érdeklődőnek lehetőséget nyújtsunk a kurzusokon való részvételre. Az ere-

deti tervek szerint 8–15 fős csoportokkal számoltunk a hallgatói érdeklődés függvényében. További célunk volt, hogy különböző előképzettséggel és szakirányból érkező hallgatók dolgozzanak együtt. Tizennégyen jelentkeztek az első kurzusra, majd az ezt követő szemeszterekben 6 és 14 fő közötti résztvevőel tudtuk a kurzusokat elindítani. Szinte minden szakirány képviseltette magát: kommunikáció és média tudományok, politika tudományok, gazdálkodás és marketing, nemzetközi gazdálkodás, pénzügy-számvitel, humán erőforrás és menedzsment szakos hallgatók egyaránt jelentkeztek minden félévben. Érdekességként megemlíthetjük még, hogy a nappalis és levelezős hallgatók aránya is közel 50%-os volt.

A bevezetőben említett újszerűség több vonatkozásban szokatlan kurzusteljesítési követelményeket tett szükségessé. Többek között megvitattuk számos startup vállalkozással kapcsolatos felmérés eredményeit. Az egyik ilyen, 2010-ben készült elemzés melyet Shikhar Gosh, a Harvard Business School professzora tett közzé, azt állapította meg, hogy a startup vállalkozások többsége számára a siker csak egy távoli álom, hiszen háromnegyedük már a korai szakaszban elbukik. (Xavier, 2012).

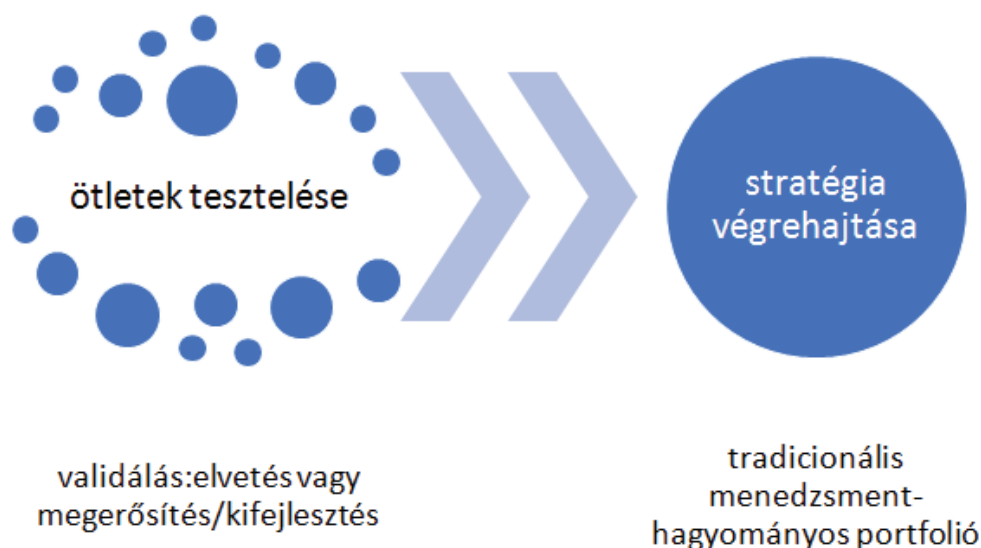
Az elkerülhetetlen nehézségek kezeléséhez szükséges készségek bemutatásához személyes és hiteles példák megismertetését és feldolgozását választottuk. Több startup vállalkozás irányítóját és/vagy alapítóját is meghívtuk. Vendégeink voltak a Talk-A-Bot, az Aero Glass, a Tracker, a Route4U és még számos más magyar cég vezetői, illetve alapítói. További előadókkal és partnerekkel is együtt dolgoztunk az elmúlt három év során. Meghívtuk az IBM, illetve a KIBU Talent Program vezetőit is, akik arról is beszéltek, hogyan oldották meg a váratlan helyzeteket és kihívásokat. Elmesélték sikeres és kevésbé sikeres megoldásaikat.

A kurzus bevezetésénél arról is beszéltünk, hogy a startup módszertan nemcsak a startup vállalkozások indításánál alkalmazható. Nagyvállalatok, sőt multinacionális cégek és az államigazgatás is több jó példát szolgáltatott arra, hogyan alkalmazták a „lean” startup módszertant szerte a világban. A közelmúltban a Harvard Business Review összefoglaló elemzése rámutatott, hogy az utóbbi években a lean startup módszer folyamatosan teret nyert a hagyományos üzleti stratégiai módszerek mellett. (Blank, 2013).

Magyar példákat is megemlítettünk, így a MOL, az OTP vagy az MVM példáit, de számos egyéb nemzetközi esettel is illusztráltuk a „lean” startup módszertan sikeres alkalmazhatóságát nagyvállalati körben. Jeff Immelt, a GE volt vezérigazgatója már néhány évvel ezelőtt felismerte, senki nem vágyakozik arra, hogy egy régimódi (old fashioned) vállalatnál dolgozzon, vagy egy ilyen cég termékeit vásárolja, és természetesen a befektetőket sem érdeklik ezek. (Ries, 2017). Éppen ezért manapság a multinacionális cégek is arra törekednek, hogy a nagy szervezeteiken belül olyan automatizmusokat építsenek ki, amelyek képesek felismerni és támogatni az új, vagy újszerű és sikert ígérő ötleteket, és bemutattuk a „design thinking” szervezetátalakító és innovációt ösztönző szerepét. (Brown, 2019).

A hallgatókkal azt is áttekintettük, hogy a tradicionális menedzsment-eszközök elsősorban a meglé-

vő termék vagy szolgáltatás portfólió hatékonyságnövelésére fókuszálnak. Ugyanakkor, ha új irányok felismerése és tesztelése szükséges, a startup módszertan a megfelelően alkalmazható. A két módszer különbözőségére hívja fel a figyelmet az 1. ábra.



1. ábra Startup és tradicionális menedzsment

Forrás: Saját szerkesztés, Eric Ries: *The startup way*, 2017, 47. oldal alapján

A későbbiekben is bemutatjuk, hogy még a bukásból is tanulhatunk. Erre utalt az Amazon vezetője, Jeff Bezos is egy 2016-os nyilatkozatában, amelyben a folyamatos megújulás szükségességéről beszélt. A megújuláshoz új, korábban ismeretlen területek felfedezése szükséges, és persze ebben a kísérletezésben benne volt a bukás lehetősége, de minden eddigi bukásból tanultak valami hasznosat. (Bloomberg, 2016).

A hallgatók közül is sokan ismerték a Toyota módszert és a márkához kapcsolható tökéletes megbízhatóságot. (Liker, 2003.). Eric Ries a *Lean Startup* címmel megjelent könyvében arról írt, hogy a Toyota a „lean management” és a TQM révén a világ egyik leghatékonyabb termelési rendszerét építette ki. Ennek segítségével tökéletesre fejlesztették azt, hogyan kell a meglévő portfólióban lévő termékeket a leghatékonyabban, és a legmagasabb minőségben legyártani. Ugyanakkor hiányzott egy olyan módszertan, amely a jövőre vonatkozó döntéseiket segítette volna, azaz hogy milyen új dolgokra lesz vagy lehet szükségük a jövőben, és hogyan készüljenek fel az elkerülhetetlen környezeti változásokra. (Ries, 2011).

A kurzuson példákkal illusztráltuk, hogy a startup módszertan és tudás nemcsak a vállalkozói világban, hanem az állami és non profit szektorokban is felhasználható. Itt az Obama kormányzat két sikeres kezdeményezését ismertettük: az oktatási minisztérium által készített felsőoktatási összehasonlító alkalmazás bevezetését, és az új egészségbiztosítási rendszer, az „Obamacare” bevezetésénél jelentkező üzemzavarok elhárításának módszertanát.

Tematikák, oktatók és együttműködő partnereink

Az első kurzus elindításánál és a tantárgy magyar nyelvű tematikájának kidolgozásánál szoros együttműködésben dolgoztunk a Design Terminál partnercégünkkel. A szakmai programért felelős vezetők Ács Zoltán üzletfejlesztési igazgató a Design Terminál és Hárskuti János tanszékvezető a Milton Friedman Egyetem részéről voltak. Az első kurzus 10 alkalomból és a kapcsolódó önálló csoportmunkát igénylő feladatokból állt, melynek tematikáját az 1. táblázat foglalja össze.

A tantárgy tematikája a meghívott előadókkal együtt a 2017–2018-as tanév első szemeszterében a következőképpen alakult:

<p>1. Bevezetés a startup világába, Csapatépítés Jónás László, Tankó Márta mentorok, Design Terminál, Hárskuti János tanszékvezető, ZSKE</p>
<p>2. Hogy találjam meg a vevőimet, ügyfeleimet? Nemes Attila mentor, Design Terminál, Sipos Zoltán tanszékvezető, ZSKE, Hárskuti János tanszékvezető, ZSKE</p>
<p>3. Benchmarkelemzés Jónás László mentor, Design Terminál, Hárskuti János tanszékvezető, ZSKE</p>
<p>4. Design Thinking Pongrácz Ferenc igazgató, IBM, Hárskuti János tanszékvezető, ZSKE</p>
<p>5. „The Business model canvas” Ács Zoltán üzletfejlesztési igazgató, Design Terminál, Hárskuti János tanszékvezető, ZSKE</p>
<p>6. Marketing alapok Varga Sára mentor, Design Terminál, Sipos Zoltán, Hárskuti János tanszékvezetők, ZSKE</p>
<p>7. A pénzügyi tervezés alapjai Sziller Olivér mentor, Design Terminál, Szegediné Lengyel Piroska, Hárskuti János tanszékvezetők, ZSKE</p>
<p>8. Miért fontos a kudarc, hogyan építkezzünk belőle? Dobai Tibor üzletfejlesztési igazgató, Route4U, Deliaga Ákos üzletfejlesztési igazgató, TalkABot, Hárskuti János tanszékvezető, ZSKE</p>
<p>9. Pitch-Befektetői prezentáció felkészítés Vidos Péter mentor, Design Terminál, Sipos Zoltán, Hárskuti János tanszékvezetők, ZSKE</p>
<p>10. Üzleti prezentációk Ács Zoltán üzletfejlesztési igazgató, Design Terminál, Sipos Zoltán, Hárskuti János tanszékvezetők, ZSKE</p>

1. táblázat Startup kurzus tematika 2017–2018 1. szemeszter

Forrás: Hárskuti János: Startup – Az ötlettől a megvalósításig 2017-es kurzus ZSKE 2017–2018-1 tematikája alapján

A táblázatban szereplő témaköröknél a gyakorlati szakmai ismereteket a Design Terminál által meghívott előadók biztosították, hiszen ők közvetlen és széleskörű gyakorlati tapasztalattal rendelkeztek. A hallgatók üzleti elképzeléseit is hitelesen tudták értékelni és visszajelzéseikkel folyamatosan segítettek.

Az egyetemi oktatás során megismert elméleti tudás és a startup praxis közötti összhangot az egyetem – üzleti életben gyakorlattal rendelkező – tanárai erősítették, akik a kurzusokon aktívan és közösen dolgoztak a Design Terminál mentoraival. Ha a hallgatók igényelték, tanáraink konzultációval is segítették őket a szükséges ismeretek megszerzésében vagy a megfelelő információk felkutatásában. (Hárskuti, 2018)

A startup kurzus az elmúlt szemeszterek során a gyakorlati tapasztalatokból építkezve és előadóink, meghívott vendégeink, valamint a kurzust teljesítő diákjaink visszajelzéseire is támaszkodva kisebb-nagyobb változtatásokon ment át. A 2019–2020-as tanévben az alábbi tematika alapján dolgoztunk mind a magyar nyelvű, mind az angol nyelvű képzésben.

A tantárgy tematikája 2019-ben:

1. Csapatépítő workshop
2. Hogy találjam meg a vevőimet, ügyfeleimet „lean” startup módszertan, és persona építés
3. <i>Konzultációs csoportmunka mentorálással</i>
4. Benchmark analízis, agilis menedzsment, célpiac analízis
5. Design Thinking mint az üzleti megújulás eszköze
6. <i>Konzultációs csoportmunka mentorálással</i>
7. „Business model canvas” workshop
8. Marketing alapismeretek
9. A pénzügyi tervezés alapjai
10. <i>Konzultációs csoportmunka mentorálással</i>
11. Miért fontos a kudarc, hogyan építkezzünk belőle? Meghívott startup cégvezetőkkel beszélgetések.
12. „Pitch” workshop, azaz hogyan készítsük el a befektetői prezentációinkat.
13. <i>Konzultációs csoportmunka mentorálással</i>
14. Végző (befektetői) prezentációk
15. Összegzés és kiválasztás a Start up II kurzusra

Forrás: Hárskuti János: Startup – Az ötlettől a megvalósításig 2019-es kurzus, MFE 2019–2020-1 tematikája alapján

A Design Terminál az első két startup kurzusnál szoros együttműködő partnerünk volt, de már ebben az időszakban is igyekeztünk ezt a kört bővíteni.

A Hiventures Kockázati Tőkealapkezelő Zrt-vel is komoly együttműködést alakítottunk ki. Előadóként részt vettek startup kurzusainkon, valamint a befektetési projektek értékelésében mint vizsga/befektetői bizottsági tagok az egyes kurzusok végén. Azon dolgoztunk, hogy hallgatóinkat még jobban felkészítsük a Hiventures inkubációs befektetési programjában történő esetleges pályázatra.

2019 tavaszán együttműködési megállapodást kötöttünk az MVM csoporttal, és közösen dolgozunk az MVM startup cégével, a Smartfuture Lab-bal. Az MVM által néhány évvel ezelőtt indított startup verseny, az Edison-program fő szervezője és lebonyolítója is a Smartfuture Lab. Célunk, hogy hallgatóink sikerrel szerepeljenek az Edison-versenyen. Jelenleg egy, az alapfokú oktatásban kitűnően használható, az energiatudatosságra játékos formában nevelő projekten dolgozunk.

Ugyancsak izgalmas projekt a Magnus Aircraft Zrt.-vel 2019-ben közösen indított munka. A Magnus Zrt. kompozit anyagból épített új gépével az ultrakönnyű repülőgépek piacára tervezi a belépést Nyugat-Európában és a V4 országokban. A Milton Friedman Egyetem két hallgatói csapata e piacra lépési stratégiák kidolgozásán munkálkodik. Nagy örömünkre szolgál, hogy míg a V4 országokkal kapcsolatos feladatokon egy magyar hallgatói csapat dolgozik – nappalis és levelezős hallgatók közösen –, addig a másik projekten francia és német Erasmus-hallgatók, mindkét esetben a Magnus értékesítési és marketing munkatársaival szoros együttműködésben.

Követelmények, értékelés, csapatmunka

A startup kurzuson a hallgatók felé támasztott követelményrendszer eltért az egyébként megszokott elvárásoktól. Elvben minden órán kötelező részvétel volt. Hiányzás csak indokolt esetben és előzetes jelzéssel volt lehetséges, az is összesen egy alkalommal. Szakítottunk a hagyományos frontális előadás–passzív befogadás struktúrával. A tantermi elrendezés helyett igyekeztünk egy startup laboratóriumhoz hasonló informális és kooperatív környezetet megteremteni.

A közös munkában is az interaktív megközelítést helyeztük előtérbe: a minden csoport számára fontos összegzések és státusz-riportok a startup kurzus vezetőjének irányításával történtek, és természetesen az oktatók vagy a mentorok az egyes státusz-riportok között is segítették a csoportok munkáját. A startup kurzus középpontjában a csapatmunka és a hatékony együttműködés állt.

Az értékelésnél is figyeltünk arra, hogy a csapatmunka legyen a fókuszban, hiszen a startup-világban elsősorban a csapatnak kell hatékonyan dolgoznia. A hallgatók önszervező képességében és a munkamegosztás kialakításában nem találtunk különbséget a magyar nappalis és levelezős, illetve az Erasmus hallgatói csapatok működésében.

Érdekes kísérletnek szántuk azt, hogy a csoportok egymás munkáját is értékelhették. Arra számítottunk, hogy a közös munka során jobban figyelnek majd a többi csapatra, és ha arra érdemes ötle-

teket hallanak, akkor azokat saját üzleti projektjeik megvalósításánál is felhasználják. A többi csoport munkájának értékelését a kezdeti kurzusoknál az alábbi, 2. számú táblázatban szereplő értékelési szempontok szerinti súllyal vettük figyelembe:

40%	Csoportmunka, részvétel, interaktivitás, beadandó feladatok, elemzések
45%	Végső prezentáció és üzleti modell
15%	A többi csoport munkájának értékelése

1. számú táblázat Startup kurzus értékelési szempontok

Forrás: Hárskuti János: Startup – Az ötlettől a megvalósításig 2017-es kurzus, ZSKE 2017–2018-1 tematikája alapján

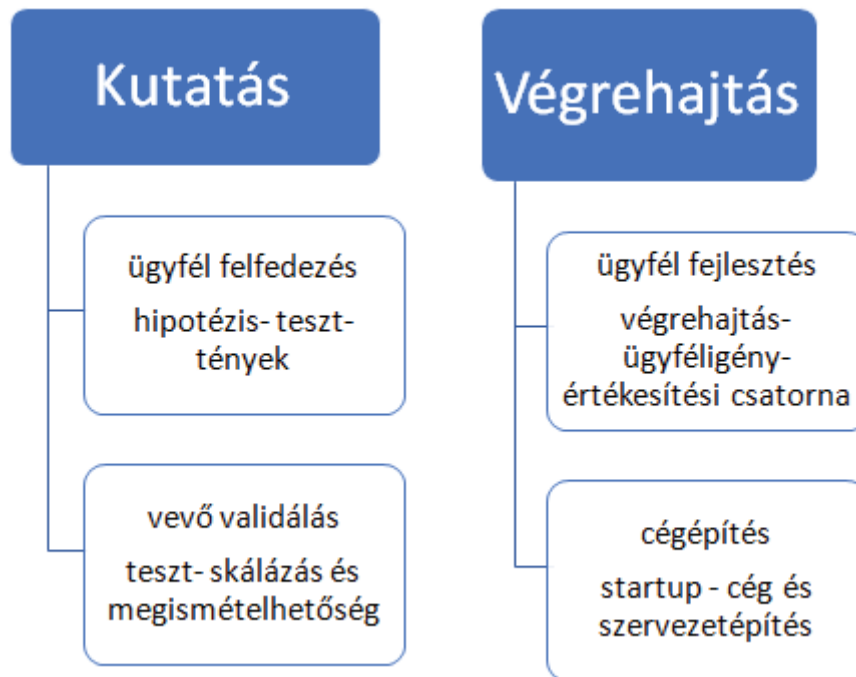
A tapasztalatok azonban azt mutatták, hogy a többi csoport munkájának értékelése sokszor nem objektív szempontok alapján történt, ezért az egyes kurzusok esetében ennek súlyát csökkentettük, de továbbra is alkalmaztuk.

Startup módszertan, business model canvas

Az interaktív oktatás keretében arra törekedtünk, hogy a startup megközelítést sok üzleti példán keresztül megismerhessék a hallgatók, és a saját projektjeik kidolgozása során megpróbálják alkalmazni is ezeket. Nem egy tradicionális üzleti tervet kellett összerakniuk, hanem elsajátítaniuk azt, hogy saját üzleti feltételezéseiket hogyan lehet gyorsan és rugalmasan tesztelni. Lehetőleg rövid idő alatt és virtuálisan egy prototípust (Minimum „Viable Product”, MVP) is össze kellett rakniuk, majd tesztelniük. A hallgatók természetesen megismerték az iteráció – finomhangolás/kisebb módosítás – és a „pivoting” – azaz a stratégiát is érintő módosítás – közötti különbséget.

A módszertan feldolgozásánál a szokásos alapelvek mentén haladtunk. Az „alapítók”, vagyis az ötletgazdák által felállított hipotézisek értelmezésével kezdtünk. Ezt követően a „business model canvas” alapján dolgoztunk és ellenőriztük, tényleg valós-e az ügyféligény, amelyre az ötletük megoldást szeretne nyújtani, s a javasolt megoldás üzletileg elképzelhető-e. Elemezniük kellett, hogy az ötlet ténylegesen értéket teremt-e, azaz üzleti előnyöket kínál-e az ügyfél problémájának megoldására, de legfőképpen azt, hogy az adott termékért vagy szolgáltatásért hajlandó-e az ügyfél fizetni is.

Második lépésben a hipotézisek további tesztelésével folytattuk, követve az ügyfél-fejlesztés folyamatáról tanultakat. (2. ábra).



2. ábra Az ügyfélfejlesztés folyamata

Forrás: Saját szerkesztés, Blank and Dorf: *The startup owner's manual*, 93. oldal alapján

Kiemelten kezeltük az agilis fejlesztés módszerének megismerését. A hangsúly a gyorsaságon volt a fejlesztési, tervezési munka során is. A kapott visszajelzések alapján a hallgatóknak azt a döntést kellett többször is meghozniuk: stratégiát is érintő változtatást, vagy csak finomhangolást hajtsanak-e végre. Ezt a különbséget, azaz a „pivoting” és az iteráció közötti különbséget szemlélteti a 3. ábra.



3. ábra Pivoting vagy iteráció

Forrás: Saját szerkesztés, Eric Ries: *The startup way*, 2017, 108. oldal alapján

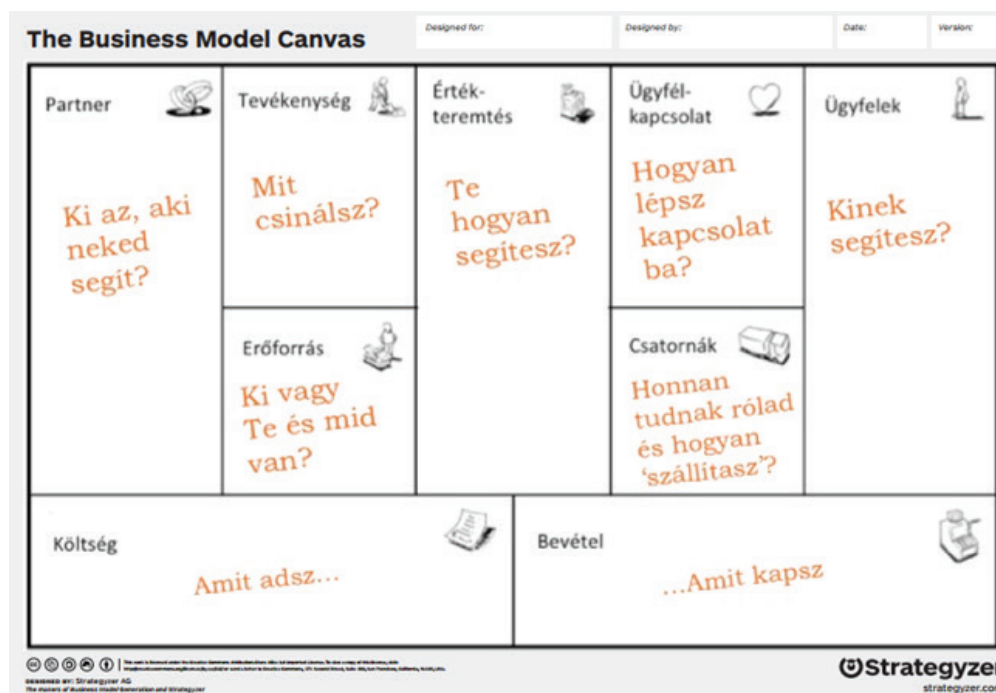
Számtalan sikeres pivoting történetet ismertettünk. Ilyen volt a PayPal, amely egy egyszerű pénzáttalási megoldásból alakult át és lett egy új fizetési platform, vagy a Netflix, amely először DVD-eket küldött postai úton az ügyfeleknek bérleti-szolgáltatási díj ellenében, napjainkra pedig a digitális „streamlining” piacvezető szolgáltatója lett. (Alvarez, 2014)

A közös munka során módszertanként a business model canvast használtuk, mert ez a módszertan az egyetemi képzésbe épített kurzusokkal is ismertté vált. (Brad, 2012)

A canvas model alkalmazásakor kiemelten foglalkoztunk az ügyfelek megismerésének technikájával (perszonifikáció) és az ügyféligények minél pontosabb megértésével. Elemeztük a kulcstevékenységeket, azaz minden olyan tevékenységet, amely az értékteremtéshez szükséges. A kulcsfontosságú erőforrások elemzésénél megvizsgáltuk, hogy melyek az elengedhetetlenül szükségesek.

A kulcspartnerek vizsgálatánál külön figyelmet fordítottunk azokra, akik a kulcsfontosságú erőforrásokat adják a projekthez. Az értékajánlat visszavitt a kiindulópontozhoz, azaz a legfontosabb problémákra kerestük a megoldást: milyen értéket vagy szolgáltatást ajánljunk, van-e valami, ami megkülönböztet bennünket. Milyen igényt céloztunk meg, és ez az igény létezik-e, valamint a potenciális ügyfelek hajlandók-e ezért pénzt adni.

Az ügyfélkapcsolattartás lehetséges módjainak vizsgálata fontos volt, az értékesítési csatornáknál pedig az, hogy melyeken érhetőek el a leghatékonyabban ügyfeleink a célpiacokon. Természetesen fontos volt a pénzügyi tervezés egésze is. A business model canvas struktúrája, amely szerint haladtunk, a 3. számú táblázatban látható.



3. táblázat Business Model Canvas

Forrás: Saját szerkesztés, Strategyzer.com és Osterwalder & Pigneur 2010, 280. oldal alapján

Ötletek az elmúlt három év startup kurzusaiból

A teljesség igénye nélkül, érdemes néhány sikert ígérő startup ötletet bemutatni kurzusainkról.
GRN-WORLD (Hárskuti, 2018)

A csapat egy „outdoor” reklámszolgáltatást kínált, ahol a kivitelezés módja és a kapcsolódó filozófia adta az eredetiséget, amely Magyarországon sikert ígérhetett. A projekt szerint a reklámokat mag nyomású vízzel vagy egyéb természetes anyagokkal, egyéni sablon segítségével, piszkos, szennyezett felületre viszik fel. Céljuk, hogy a minket körülvevő környezetben található káros környezetszennyezés hatásait közvetve és közvetlenül csökkentsék. A reklámra kijelölt felületen a minták rögzítése során a jelenlegi művészeti irányzatok figyelembevételével nagynyomású víz vagy növényi alapanyagok (például moha) segítségével dolgoznak. Jelenleg vizsgálják a száraz homokfűvésben, illetve a 100%-ban természetes alapanyagú és elbomló vakolatanyagokban, festékekben rejlő lehetőségeket is. A cél olyan szolgáltatás kialakítása, amely a marketingpiacon keresztül erősíti az emberek környezettudatosságát és felelősségtudatát. A szolgáltatás egyedisége okán rendkívül erős érdeklődést várnak azoktól a vállalati célcsoportoktól, ahol a környezettudatosság fontos és a vállalati társadalmi felelősségvállalás a marketingtevékenységben is meghatározó. Ezenkívül olyan vállalatok, intézmények számára is érdekes lehet a szolgáltatás megvásárlása, amelyek telephelye vagy környezete negatívan érintett – szennyezett, piszkos, elhanyagolt –, de forgalmas, jó helyen van és környezettudatos feljavítása pozitív üzenetet hordozna az érintett vállalatok vevőköre számára.

TurApp (Hárskuti, 2018)

A TurApp elnevezésű projekt egy túrázást segítő applikáció létrehozására vállalkozott. A tervezett applikáció segítené az úti cél megtervezését, interaktív módon, naprakészen megjelenítve az akadálymentes útvonalakat, az időjárási körülményeket, a pihenési és étkezési lehetőségeket. A célközönség két csoportra osztható: egyik a természetkedvelő, hobbi kiránduló vagy túrázó típusú, míg a másik a teljesítményorientált, akik egyébként is különböző megmérettetéseken vesznek részt. Ezekhez a csoportokhoz hallgatónk olyan cégeket igyekeztek találni, akik szívesen reklámoznák, promotálnák termékeiket az applikáció segítségével a felhasználók számára. A fejleszteni kívánt termék számos funkcióval rendelkezett, többek között turista térképet, offline letölthető térképrészleteket, GPS alapú helymeghatározást ajánlott. Az applikáció a felhasználók által szerkeszthető volt, tehát lehetőséget ajánlott a megváltozott útvonalak jelzésére/jelentésére vagy szimplán az útminőség jelölésére. Az értékesítésben a hallgatók első körben rendezvények szervezésére gondoltak, amelyek nagyobb létszámú tömeget képesek megmozgatni, ezáltal nézettséget és csatlakozói létszámot tudnak generálni.

Commproduction (Hárskuti, 2018)

A Commproduction ötlete egy online felületet adott mindazoknak, akik elég tehetségesnek érzik magukat arra, hogy a jövő filmművészetének részesei legyenek, mind tehetségükkel, mind pedig azal az ambícióval, hogy megújítsák a filmipart. A tervezett online felületen minőségi filmkészítés jöhet létre alulról szerveződve, közösségi munkában. A jellemzően produceri pénz által dominált és irányított filmkészítés helyett közösségi alapú, alulról szerveződő filmkészítési lehetőséget terveztek, ahol siker esetén a profitból is részesednének a befektetők, kezdeti finanszírozási részesedésük arányában.

Charity Project

Ez a projekt egy olyan szolgáltatás ötletét hozta, amely összeköti az adományozókat és azokat a szervezeteket, melyek adományokat gyűjtenek. Kapcsolódási felületet kívánt biztosítani azon személyek és cégek számára, akik jótékonykodni kívánnak, és szeretnék, ha adományaikat nem csak a működési költségekre költenék a civil szervezetek, valamint biztosak szeretnének lenni abban, hogy adományuk elkerült a célcsoporthoz. Mindezt egy egyszerűen használható webes felületen keresztül, transzparens módon kívánták megvalósítani. Elsődlegesen azon adományok közvetítését célozták, ahol kisebb összegeket („microdonation”: tipikusan 1–20 USD-nak megfelelő összegek) adnak az adományozók különféle szervezetek, projektek számára. A Charity Project felülete lehetőséget teremtett volna arra is, hogy az adományozni szándékozók válogathassanak az adománygyűjtők között. Ez mindkét félnek időt és pénzt jelentene, mert az adományozók egyetlen platformon belül kereshetnek alapítványokat, szervezeteket tevékenységi körök szerint, vagy akár böngészhetnek aktív kampányok, folyamatban lévő gyűjtések között. Ezenkívül összehasonlításra is lehetőségük lenne, azaz adott tevékenységi körökön belül vagy ugyanazon régióban tevékenykedő alapítványokat, szervezeteket transzparensen láthatnának. A civil szervezeteknek és az adományt váróknak olyan felületet kínál, ami nemcsak összeköti őket az adakozni kívánó személyekkel, de az információs és értékelési rendszer segítségével az is láthatóvá válik, hogy mit, hogyan és kikért tesznek az adott szervezetek, amelyek a platformon keresztül egyszerűbben tudnának beszámolni adományozóiknak arról, mire költötték a kapott pénzt.

Gastrobox

A GastroBox megcélzott tevékenységének célja, hogy egyszerre adjon lehetőséget különböző kultúrák ételeinek és szokásainak megismerésére. A szolgáltatás elsődleges szempontja az ügyfél kényelmének biztosítása, ezért ellenőrzött szakboltokból beszerzett alapanyagokkal és fűszerekkel összekészített csomagokat terveztek. A különböző ételallergiákkal, érzékenységgel küzdő fogyasztók számára ugyancsak minden étel tartalma ellenőrzött és garantált. Egy ajánlott csomag minimálisan 2

főre elegendő alapanyagot tartalmaz, amit a fogyasztó által választott ételnek megfelelően állítanak össze. Minden doboz tartalmazza a minőségi alapanyagokat, a kiválasztott receptet (az ételhez fűződő gasztronómiai és kulturális ismeretekkel együtt. Ezenkívül minden Boxhoz jár egy rövid videó is, amely lépésről lépésre segíti a főzés folyamatát. A kínálatban Special Boxok is szerepelnek, amik az olyan speciális igényeket hívatottak kiszolgálni, mint a diabétesz, glutén- vagy laktózérzékenység.

SmartFridge

Jelenleg a piacon már vannak okos hűtőszekrények, ám ezek árban még nem elérhetőek széles rétegek számára, akik jellemzően néhány évvel ezelőtt, vagy még régebben vásárolt hűtőszekrényt használnak. A SmartFridge projekt azt kínálja a hagyományos hűtőszekrényvel rendelkező fogyasztóknak, hogy nem kell egy sokkal drágább okoshűtőszekrényt vásárolniuk, mert használatban lévő régi berendezésük is megkaphatja az ugyanolyan, vagy még korszerűbb okos funkciókat egy applikáció segítségével, mely elektronikusan, egy webes felületen keresztül összeköttetésben van az otthoni hűtőszekrényünkkel. A fogyasztók az applikáció segítségével pontos adatbázissal és visszajelzéssel rendelkezhetnek a hűtő tartalmáról, az egyes termékekhez tartozó szavatossági határidőkről. Ha szükséges, a hűtőben lévő termékek felhasználására épülő receptajánlatokat is lehívhatunk. Néhány egyéb funkció még az egyes élelmiszerekre vonatkozóan például a lejárat előtti figyelmeztetés, melynek időpontja tetszőlegesen állítható, vagy rendelkezésre áll a belső kép készítési funkció is, amely szintén tovább könnyítené a bevásárlásokat, ha a szupermarketben szeretnénk megerősítést kapni az otthoni készletekről. A SmartFridge alkalmazás segítségével telefonon vagy akár utazás közben is összeállíthatjuk a bevásárlólistánkat, válogathatunk a felajánlott receptek között.

Reference Spotter

A Reference Spotter ötlete a HR-szektorra célozta meg, és B2B alapon multinacionális HR-vezetők számára nyújt segítséget a referenciakérés és -ellenőrzés területein. Az ötletgazdák azt szeretnék segíteni, hogy a Reference Spotter alkalmazásával kevesebb téves döntés szülessen. Az applikáció lényege a teljes transzparenciát biztosító, video alapon rögzített referenciaellenőrzés.

A tervek szerint videó alapú referenciaszolgáltatás esetében a kérdések egyénileg, azaz az ügyfelek által kialakíthatók, de sablonból is lehet választani (a kérdés-javaslatok rendelkezésre állnak). Az ötlet részben arra épített, hogy az emberek őszintébbek akkor, ha nevüket, arcukat is adniuk kell, de a tervezett technikai háttér is ezt a célt szolgálja a mesterséges intelligencia segítségével, azaz egy beépített elemzőeszköz is dolgozna az interjúk során.

Start up II kurzus

Az első startup kurzustól kezdődően arra törekedtünk, hogy a legjobb csapatoknak, a leginkább piacképesnek tűnő ötletekkel továbblépési lehetőséget kínáljunk a startup I kurzusok után. A továbblépés ezekben az esetekben azt jelentette, hogy egyéni mentorálás mellett lehetőséget kaptak a startup II kurzus keretében az ötlet piacra juttatásán tovább dolgozni, vagy egyéb versenyekre, pályázatokra felkészülni. Ilyen versenyek, illetve pályázatok a Milton Friedman Egyetem partnerei által kínált lehetőségek, így például a Hiventures inkubációs programjában vagy az MVM Edison versenyében történő részvétel is.

Az eddigi kurzusokból a GRN-World és a Charity projekt csapatai dolgoznak a startup II kurzuson, valamint az Edison startup versenyen is indulni kívánunk egy az energiatudatosságot játékos formában erősítő új és rendkívül ígéretes projekttel.

Következtetések

Az eddigi startup kurzusok alapján következtetéseink:

Az első hipotézisünk, amely szerint a startup képzés beépítése lehetséges az egyetemi oktatásba, valamint, hogy az itt megszerzett készségeket és tudást sokoldalúan hasznosíthatónak értékeli a képzésben résztvevő hallgatók, helytállónak bizonyult.

A három évvel ezelőtt megkezdett és folyamatosan működő startup kurzusok eredményei alapján a startup képzés egyértelműen és eredményesen beépíthető volt a Milton Friedman egyetemen az oktatásba. A kurzusokat összességében partnereink, hallgatóink, tanáraink sikeresnek és eredményesnek tartották.

A második hipotézis csak részben nyert igazolást, hiszen a magyar és angol nyelvű startup kurzusok részben megteremtették a feltételeket ahhoz, hogy egy egyetemi startup laboratórium egy későbbi időszakban elinduljon, de a kritikus tömeget még nem értük el. Ugyanakkor a startup II kurzusok elindításával, és egyéni mentorálással már az elmúlt másfél-két évben is képesek voltunk további segítséget nyújtani a legjobban teljesítő csapatoknak ahhoz, hogy ötleteiken tovább dolgozhassanak. Emellett vállalati partnereinkkel közösen indított új projektjeink is meghozhatják azt az eredményt, hogy együtt, vagy külön-külön, de tovább dolgozzunk a sikeres piacra lépési stratégiákon.

Felhasznált irodalom:

- Alvarez, C. (2014): *Lean customer development: Build products your customer will buy*, 1st ed. Beijing: O'Reilly
- Blank, S. (2013): Why the Lean Startup Changes Everything, *Harvard Business Review*, [online] elérhető: <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-startup-changes-everything> [Accessed 19 Jan. 2018]
- Blank, S. and Dorf, B. (2012): *Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*, K&S Ranch Publishing LLC.
- Brown, T. (2019): *Change by design, How design thinking transforms organizations and inspires innovation*, HarperCollins Publisher
- Doerr, J. (2018): *Measure what matters*, Penguin Random House UK.
- Feld, B. (2012): *Startup communities*, Hoboken, NJ: Wiley
- Gothelf, J. and Seiden, J. (2017): *Sense & respond: How Successful Organizations Listen to Customers and Create New Products Continuously*, 1st ed. Boston, Harvard Business Review Press
- Gowan, E. (2018): <https://www.startups.co/articles/what-is-a-startup-company>
- Hárskuti, J.: Startup – Az ötlettől a megvalósításig 2017-es kurzus ZSKE 2017–2018-1 tematika
- Hárskuti, J.: Startup – Az ötlettől a megvalósításig 2019-es kurzus MFE 2019–2020-1 tematika
- Hárskuti, J. (2018): Startup vállalkozások indításához szükséges kompetenciák és készségek oktatása egyetemi képzésben, in: *Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok*, ISSN 2630-886X, 2018. (7. évf.), 4. sz., 23–38. p
- Horowitz, B (2014): *The hard thing about hard things*, 1st ed. New York, HarperCollins Publisher
- Liker, J. (2013): *Toyota way*, New York, McGraw-Hill
- Nkfi.gov.hu. (2013): *Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal | A startup ökoszisztéma hiányzó pillére*, [online] elérhető: <http://nkfi.gov.hu/hivatal/sajtoszoba/nyomtatott-sajto/2013/startup-okoszisztema> [Accessed 23 Jan. 2018].
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. and Clark, T. (2010): *Business model generation*, Hoboken, NJ: Wiley, p. 280.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. (2014): *Value proposition Design*, Hoboken, NJ: Wiley
- Ries, E. (2017): *Startup way* [S.l.]: Penguin
- Ries, E. (2011): *The lean startup*, 1st ed. New York, Crown Publishing Grp.
- Thiel, P. and Masters, B. (2014): *Zero to one*, New York, Crown Business
- Xavier, J. (2012): *75% of startups fail, but it's no biggie*, [online] Bizjournals.com. Available at: <https://www.bizjournals.com/sanjose/blog/2012/09/most-startups-fail-says-harvard.html> [Accessed 17 Jan. 2018].