

PIACORIENTÁCIÓ A MAGYAR EGYETEMEKEN: A HARMADIK KÜLDETÉS TÉRNYERÉSE ÉS FOGADTATÁSA

Dr. Novotny Ádám
adjunktus

Gazdaságtudományi Intézet, Eszterházy Károly Főiskola
novadam@ektf.hu

Kulcsszavak: felsőoktatás, piacorientáció, egyetemi-ipari technológiatranszfer, vállalkozó egyetem, tudományos vállalkozó tevékenység

1. BEVEZETÉS

A piac- vagy vevőközpontú gondolkodást, azaz a *marketingkoncepció* szervezeti implementálását a szerzők ma már nem csak az üzleti szférában vizsgálják. Az elemzést a nonprofit szektorra, s ezzel együtt a *felsőoktatási intézményekre is kiterjesztették*. A szakirodalom azt sugallja, hogy a piaci szükségletek gyors felismerése és kielégítése segítheti az egyetemeket a változó környezethez való alkalmazkodásban. Vigyáznunk kell azonban az üzleti modellek felsőoktatási szférára történő alkalmazásakor, hiszen az egyetemek küldetése, kultúrája, struktúrája és menedzsmentje meglehetősen sajátos, alapvető eltéréseket mutat a vállalatokétól (Sirvanci, 1996; Novotny, 2008). Ez a sajátos kontextus a marketingkoncepció szervezeten belüli kifejlődését is determinálja.

A marketingkoncepció szerint a szervezeti siker kulcsa, hogy „a vállalat választott célpiacain versenytársaihoz képest hatékonyabban tudjon vonzóbb vásárlói értéket teremteni, teljesíteni és kommunikálni.” (Kotler & Keller, 2006, old.: 51) Narver és Slater (1990) a dolgozók magatartását vezérlő *szervezeti kultúra* szerepét emeli ki a piacorientáció elérésében. Kohli és Jaworski (1990) a marketingkörnyezetről való információk folyamatos gyűjtését, szervezeten belüli disszeminációját és az információkra való fogékonyságot, reakcióképességet érti alatta.

A felsőoktatásban a piacorientáció a közszféra modernizálását megcélzó irányzat, az új közmenedzsment (new public management – NPM) koncepciójának megjelenésével került előtérbe. Az NPM a vállalati szektorban bevett koncepciók (erős, professzionális menedzsment, jól mérhető teljesítménymutatók, vevőelégedettségnek való alárendeltség) alkalmazását jelenti a közszférában. Az NPM eszméje tükrében kilátásba helyezett reformok kiterjednek az intézmények funkciójára, szervezetére, kultúrájára, az egyetemi kutatás jellegére és feladatára, az egyetemkormányzás módjára, illetve az egyetem működésének keretét adó alapvető értékekre és normákra: *a globális versenyben való helytállás érdekében az egyetemeknek erős, egységes és vállalatszerű menedzsmentre, jól meghatározott küldetésre és stratégiára, kevesebb állami befolyásra, de nagyobb számonkérhetőségre, a társadalommal való erőteljesebb integrációra, s különösen az iparral, a vállalati szférával való szorosabb kapcsolatok kiépítésére van szüksége* (Maassen & Olsen, 2007).

Bugandwa Mungu Akonkwa (2009) a felsőoktatási intézmények piacorientációjának előtérbe kerülését a következő fejleményekre vezeti vissza: *tömegesedés*, amely a vevői igények sokrétűségével, cizellálódásával (pl. nappali-, levelező- és távoktatás, idegen nyelvű képzések, stb.) hat az intézmények piaci orientációjának fejlődésére. *Professzionizálódás*, azaz a

munkapiaci és szakmai elvárások növekedése. A *közfinanszírozás csökkenése és a források diverzifikációja*. A *hazai és nemzetközi verseny erősödése*, mely egyaránt folyik a hazai piacokon a diákokért, a vállalati és állami forrásokért, valamint a nemzetközi piacokon a külföldi diákokért és a nemzetközi forrásokért. A *minőségmenedzsment előtérbe kerülése* a tömegesedés negatív hatásainak kiszűrése érdekében (a minőséget előtérbe helyező szervezeti kultúra alapvető elvárás a piacorientáció megteremtéséhez). Az *autonómia növekedése*, hiszen, ha az intézmény nem tudja menedzsment-gyakorlatát (pl. munkaerőfelvétel, motiváció/bérezés, elbocsátás) saját belátása szerint változtatni, akkor csak komoly nehézségek árán lesz képes a piaci folyamatokhoz alkalmazkodni.

A felsőoktatás átalakulásával foglalkozó szerzők a piac- vagy vevőorientáció helyett a *vállalkozó tevékenység* (entrepreneurship) fogalmát használják előszeretettel. Clark (1998) alapművében *vállalkozó egyetemenként* utal a „vevőorientált/piacorientált” intézményekre.¹ Ha a vállalkozó egyetem szakirodalmi definícióit vizsgáljuk, szembetűnik, hogy néhány közös ponttól eltekintve nincs közös álláspont a jelenség értelmezését illetően. A meghatározások egyik része az egyetem egészére kiterjedő *piacorientált filozófiaként* értelmezi azt: „A vállalkozó egyetem szorosabb ipari kapcsolatokkal, a forrásszerzésben nagyobb kutatói felelőséggel, az intézményi kormányzás, a vezetés és a tervezés terén pedig menedzseri szellemiséggel rendelkezik.” (Subotzky, 1999) Mások a fogalmat a kutatási eredmények piaci értékesítésére szűkítik: „Egyetemek, melyek olyan új bevételi forrásokat is fontolóra vesznek, mint a szabadalmak, a szerződéses kutatás vagy a vállalatokkal folytatott közös projektek.” (Etzkowitz H. , 1983) A vállalkozó egyetem kifejezést Etzkowitz azért alkotta, hogy az *iparral egyre szorosabb együttműködést* kialakító, s ezáltal az *innovációban és a gazdasági fejlődésben is egyre jelentősebb szerepet* betöltő egyetemek mibenlétét megragadja.

A piacorientált egyetem egy másik koncepcionális megközelítése az ún. *harmadik küldetés* elmélete. Etzkowitz (1998) sokat idézett érvelése szerint, a felsőoktatási intézmények kettős átalakuláson mentek keresztül a történelem során: a 19. és 20. században lejátszódó „első egyetemi forradalom” eredményeként az oktatás mellett a kutatás is legitim egyetemi funkcióvá vált. A 20. század vége táján egy ún. második forradalom bontakozott ki, amely „a kutatási eredmények szellemi tulajdonná, értékesíthető jószággá és gazdasági fejlődéssé való átalakulását idézte elő.” (Etzkowitz, Webster, & Healy, 1998) Az oktatás és kutatás mellett megjelenő *tudományos vállalkozó tevékenységre, azaz a kutatási eredmények piaci értékesítésére* „harmadik funkcióként” vagy „harmadik küldetésként” hivatkozik a szakirodalom, mely funkció különösen jól integrált a vállalkozó egyetemek stratégiájába (Williams & Kitaev, 2005).

A harmadik küldetés értelmezése sem teljesen egyértelmű (Molas-Gallart, 2006). Egyesek (pl. Clark, 1998) a normatív és az állami kutatási támogatások mellett megjelenő *harmadlagos jövedelmek* összefoglaló neveként használják, míg mások (mint a jelen cikk szerzője is) a *kutatások piaci értékesítését, illetve annak csatornáit* (szerződéses kutatás, szabadalmak, licencia, spin-off vállalkozás) értik alatta. De vannak *társadalmi célú felfogások* is, melyek szerint a harmadik küldetés az egyetemek társadalmi érdekeket direkt módon segítő szolgáltatásait jelenti (pl. a helyi közösség számára nyújtott, nem profitorientált egészségügyi, nevelési és egyéb szolgáltatások).

¹ Noha végül a vállalkozó egyetem kifejezés terjedt el, több hasonló fogalom is megjelent a szakirodalomban, melyek az elmúlt évtizedekben az egyetemi célokban, stratégiában, kultúrában és filozófiában bekövetkezett piaci jellegű változásokra hívják fel a figyelmet. Ilyen az „innovatív egyetem”, mely pozitívabb csengésű a vállalkozó egyetemnél, de nem ragadja meg igazán az intézmények attitűdjében bekövetkezett változás lényegét (Clark B. R., 1998). A „szolgáltató egyetem”, amely a vevőközponúságot hangsúlyozza (Cummins, 1999), de a vállalatokkal való kutatási kapcsolatokat nem (Fuller, 2003). A „vállalati egyetem” pedig a profitmaximalizálást és a tudományos termékek tömeggyártását tűzi ki céljául (Nowotny, Scott, & Gibbons, 2001).

A felsőoktatásban terjedő vállalkozó szemlélet vagy piacorientáció nem problémamentes. Az egyetemek sajátosságai megakadályozhatják az üzleti szférához hasonló transzformációt (Bugandwa Mungu Akonkwa, 2009): például a felsőoktatási intézményeknek rengeteg *stakeholder*rel (vállalatok, kormányzati szervek, beszállítók, oktatók, kutatók, adminisztratív személyzet, versenytársak, szülők, akkreditációs szervek, jelenlegi, potenciális és öregdiákok, média, közvélemény, helyi közösség, alapítványok stb.) kell kapcsolatot ápolniuk, akik igényeit egyáltalán nem könnyű rangsorolni és egyszerre kielégíteni. Az összetett célrendszer miatt nemcsak a stakeholdereket, de a feladatokat (oktatási, kutatási és piacorientált tevékenységek) is nehéz egymás figyelembevételével fejleszteni (Dewatripont, Jewitt, & Tirole, 2001; Novotny, 2010). Továbbá, számos oktató idegenkedik az olyan fogalmaktól mint a fogyasztó, a verseny vagy a vevőelégedettség. A *oktató-kutatók* korlátozott erőforrási, kompetenciái és negatív attitűdje mellett, hátráltató tényező lehet a hagyományos mertoni értékekre épülő, publikáció-központú, tekintélyelvű, humboldti *szervezeti kultúra*, a fragmentált-bürokratikus-oligarchikus *szervezeti struktúra*, a valódi teljesítményelvárásokkal szembesülni nem kényszerülő *egyetemi menedzsment*, valamint az egyetemek felett atyáskodni kívánó állam (*egyetemi kormányzás*) is (Novotny, 2010).

Gyakran hozzák fel példaként Európában az amerikai egyetemeket mint innovatív, vállalkozó intézményeket, akik kölcsönösen gyümölcsöző kapcsolatokat alakítottak ki a magánszférával, mind az oktatás mind a kutatás terén, ezáltal közvetlen módon is hozzájárulva az USA gazdasági fejlődéséhez és versenyképességbeli fölényéhez. Az amerikai gazdaság és felsőoktatás sikereit látva, az egyetemi kutatás piacorientációját számos OECD ország próbálja ösztönözni világszerte (Kirby, 2006), főként a kutatási támogatások átstrukturálásával (az *alkalmazott kutatás előtérbe helyezése*) és a szellemi tulajdon-jogokkal kapcsolatos szabályozások megváltoztatásával (Nowotny, Scott, & Gibbons, 2003).

A magyar innovációs rendszer szabályozásának 2003 és 2005 között lezajlott reformja is az amerikai modell átvételét jelentette, melynek alapvető jellemzője a *kutatók szellemi termékeinek egyetemi tulajdonba vétele*. Az egyetemektől az állam cserébe elvárja, hogy (lehetőség szerint) hasznosítsák a kutatók szellemi termékeit, a társadalom, az egyetem és a kutató javára egyaránt. A Bayh-Dole Act-re épülő magyar innovációs törvény (2004/CXXXIV.) előírása alapján, a magyar egyetemek szellemi tulajdon-kezelési procedúrákat és szabályzatokat dolgoztak ki, az innovációs alap támogatásaira való jogosultság érdekében – vállalatokkal karöltve – alkalmazott kutatási és fejlesztési projekteket indítottak el, illetve néhány intézmény technológiatranszfer-irodát, technológiaparkot, sőt „hasznosító” vagy spin-off vállalkozást is létrehozott.

A következőkben a felsőoktatási intézmények piacorientációját a kutatási tevékenység kapcsán vizsgálom, noha tisztában vagyok azzal, hogy legalább ilyen jelentőségű, hogy az egyetemek a munkáltatók igényeihez igazodó képzési programokkal segítsék hallgatóik jövőjének elhelyezkedését, a gazdasági fejlődést.

2. MÓDSZER

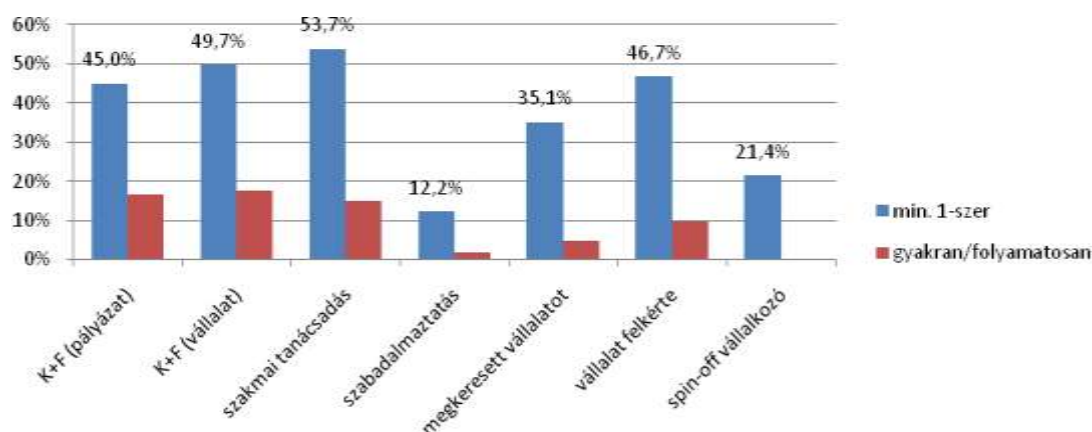
A bemutatott eredmények a szerző által 2009-ben végzett online felmérésre épülnek, amely 14 magyar állami egyetem 56 karának kutatóit ölelte fel (N=1562).² A felmérésben a keménytudományok (mérnöki, orvosi, természet- és agrártudományok; továbbiakban: MOTA) képviselői vettek részt. A nagyszámú megkérdezettnek és a széles körű mintavételnek köszönhetően a kutatás reprezentatívnak tekinthető (ezt a minta és az

² A felmérésbe bevont egyetemek: BME (368 MOTA válaszadó), DE (190), PTE (184), SZIE (136), ELTE (121), SZTE (120), ME (106), NYME (86), PE (63), SZE (50), SE (43), BCE (42), KE (31), ZMNE (23).

alapsokaság oktatói és kutatói munkakörök alapján való közel azonos megoszlása is alátámasztja). A tudományterületek szerinti megoszlás a következők szerint alakult: természettudományok képviselői: 61,5%, mérnöki tudományok: 39,4%, orvostudományok: 19,2%, agrártudományok: 13,5%, hadtudományok: 7%, biotechnológia 4,6%. *A minta segítségével a magyar egyetemi oktató-kutatók tudományos vállalkozó tevékenységeikben való aktivitását, annak determinánsait és gátjait igyekeztem feltárni.* A kvantitatív eredmények értelmezését a válaszadók által hagyott közel 1400 kommentár is segítette. Az itt bemutatott eredmények csak egy részét képezik a kutatás során feltárt összefüggéseknek.

3. EREDMÉNYEK

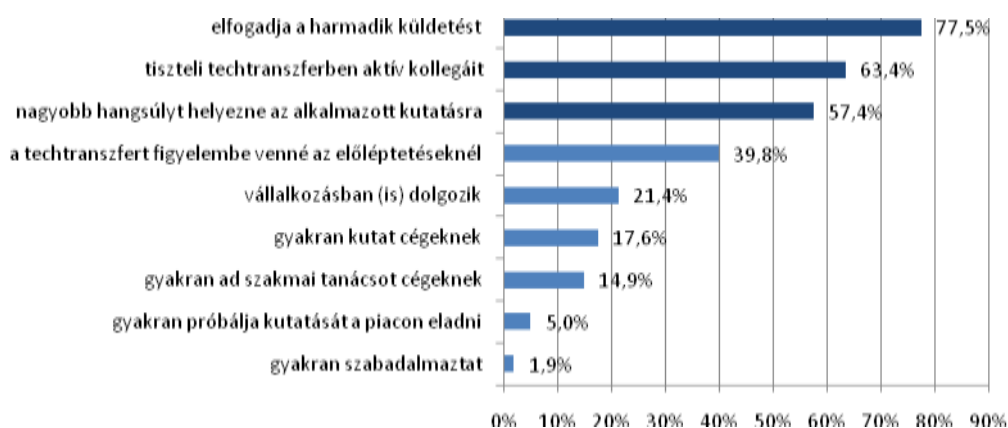
A magyar egyetemeken MOTA kutatóinak kevesebb, mint fele végzett (pályázat vagy vállalat által finanszírozott) K+F tevékenységet üzleti szervezet számára az elmúlt öt évben (2004 és 2009 között). Szakmai tanácsadást valamivel többen folytattak és csupán minden nyolcadik kutató vett részt szabadalmaztatásban a jelzett időszak alatt; a vállalati oldal aktívabban keresi a kutatókat, mint fordítva (1. ábra). Spin-off vállalkozásban a MOTA kutatók 21,4%-ka tevékenykedik, de csak a spin-off vállalkozók 8%-a jelezte, hogy cégében az egyetem is tulajdonos.



1. ábra: A tudományos vállalkozó tevékenységekben való aktivitás (N=1562)

Forrás: Saját szerkesztés

Noha a harmadik küldetés iránt pozitívabb attitűddel rendelkező kutatók aktívabban a piacorientált kutatásban, az attitűd jóslóereje igen gyenge ($R^2=,04$; $p=,00$). Ennek – többek között – az lehet magyarázata, hogy bár a megkérdezettek többsége elfogadja, sőt elkötelezett a harmadik küldetés iránt, relatíve kevesen vesznek részt benne tevékenyen is (2. ábra). A két változó gyenge kapcsolata a kutatási irányra és a tudományterületre, valamint a tanszéki környezetre vezethető vissza: minél többet foglalkozik egy kutató alkalmazott K+F-fel, illetve minél vállalkozóbb szellemű a tanszéke, annál valószínűbb, hogy csekély a különbség a harmadik küldetés iránti attitűdje és az abban való aktivitása között (Novotny, 2010).



2. ábra: A válaszadók (N=1562) megoszlása a harmadik küldetés iránti attitűd néhány Likert-állítása és a tudományos vállalkozó aktivitás alapján. Az attitűdállításoknál azon kutatók arányát tüntettem fel, akik „teljesen” vagy „nagy részt” egyetértettek azzal.

Forrás: Saját szerkesztés

A felmérésben vizsgált tényezők közül az *alkalmazott kutatással és fejlesztéssel töltött relatív (teljes munkaidőhöz viszonyított) idő* a tudományos vállalkozó aktivitás legerősebb meghatározója. A változó egymaga a techtranszfer-aktivitás 24%-át magyarázza. Tudományos vállalkozó tevékenységben aktív kutatók a mérnöki területeken találhatók a legnagyobb arányban (1. táblázat).

1. táblázat

Kutatási irányultság és a spin-off vállalkozó kutatók aránya tudományterületenként – a piacorientált kutatási tevékenységekben legaktívabb öt tudományterület rangsora

kutatási irányultság átlaga (1 = 100% alap; 7 = 100% alkalmazott)			spin-off vállalkozók aránya		tudományos vállalkozó tevékenységekben aktív kutatók aránya (spin-off nélkül)	
1.	Villamosmérnöki tudományok	5,36	Közlekedésmérnöki tudományok	45,2%	Anyagtudományok	71,8%
2.	Vegyésmérnöki tudományok	5,25	Biomedikai mérnök	42,9%	Biomedikai mérnök	71,4%
3.	Élelmiszeripari mérnök	5,22	Élelmiszeripari mérnök	36,1%	Közlekedésmérnöki tudományok	71,4%
4.	Biomedikai mérnök	5,14	Építés- és építőmérnöki tudományok	35,9%	Vegyésmérnöki tudományok	70,5%
5.	Közlekedésmérnöki tudományok	5,07	Földrajz	33,9%	Villamosmérnöki tudományok	67,0%

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatók – saját bevallásuk szerint – ma szignifikánsan ($p=,00$) *közelebb állnak az alkalmazott témához, mint 6-8 évvel ezelőtt* (az elmozdulás a biotech és az orvostudományok területén a legjelentősebb).³ A válaszadók túlnyomó többsége az anyagi tényezőkre hivatkozott, ami miatt ma inkább alkalmazott jellegű témákkal foglalkozik. Motivációként legtöbbször a pályázati kiírások alkalmazottkutatás-centrikusságát és az általános pénzhiányt nevezték meg, miközben számos vélemény szerint az alapkutatás feltételi nem adottak: „*Hatnyolc évvel ezelőtt még valamennyire támogatták az alapkutatásokat, valamint az egyetemi*

³ Ez egybecseng a KSH eredményeivel, amely szerint a 2000-es évek elejétől az alkalmazott kutatás és főként a kísérleti fejlesztés tényerése tapasztalható a magyar felsőoktatásban. 2007-ben az alapkutatásra fordított kiadások aránya már csak 40% (Polónyi, 2009).

karrierépítés előfeltétele volt az alapkutatások végzése. Mára megértük, hogy nem hogy anyagi, de erkölcsi megbecsülése sincs az alapkutatásoknak, sőt inkább »üldözik«.” – vélekedik egy kutató.

A kutatási terület jellege mellett az egyetemi, pontosabban *a tanszéki környezet befolyásolja leginkább a tudományos vállalkozó aktivitást* ($R^2=,22$; $p=,00$): a vállalkozóbb szemléletű vezetővel és kollegákkal rendelkező kutatók aktívabbak a technológiatranszferben. A *környezet* ($\beta=,36$, $p=,00$) és az *alkalmazott K+F-fel töltött idő* ($\beta=,33$, $p=,00$) közös modellje a tudományos vállalkozó aktivitás varianciájának közel *egyharmadát magyarázza* ($R^2=,32$, $p=,00$). A kutatók általában szignifikánsan ($p=,00$) piaciorientáltabbnak látják önmagukat tanszéküknél és egyetemüknél is. A vállalkozó tevékenységekben aktívabbak tanszéküket nagyobb mértékben érzik techtranszfer-barátnak, mint kevésbé aktív társaik ($p=,00$), amely szintén a környezet hatásának fontosságát bizonyítja.

A megjegyzések rávilágítanak, hogy a válaszadók *elégedetlenek az egyetem harmadik küldetéshez való hozzáállásával*. Nem érzik ugyanis az egyetem (menedzsmentjének) valódi elkötelezettségét, őszinte segítészándékát. Olyan szervezetnek látják intézményüket, amely ugyan elvárja a kutatóktól a piacközpontú gondolkodást, számít az abból érkező bevételekre, de tettekben kevés jelét adja a valódi elkötelezettségnek: nem törekszik a kutatók megértésére és támogatására. Sőt, olykor még hátrányt, elmarasztalást is szenved az, aki energiáit a hivatalos erőviszonyokat megalapozó tudományos publikálás helyett a kutatások piaci hasznosítására fordítja.

„Szóban ezt mindenki fontosnak tartja, de *csak* annyiban, hogy ha az egyetem értékesít valamit, akkor abból az egyetem pénzhez jut. Viszont a konkrét intézkedések terén *egyáltalán nem tesz semmit az egyetem/tanszék*. Pl. egyszer sem hallottam arról, hogy kutatókat összehívtak volna megbeszélni a korábban írt jogi háttérrel, azaz, hogy az egyetem mit tud segíteni a kutatóknak és ezért cserébe mit vár el. A másik, hogy *soha* nem hallottam olyanról, hogy valaki akár csak egy dicséretben is részesült volna azért, mert kiemelkedő alkalmazott kutatási tevékenységet végzett. Ha se erkölcsi, se anyagi jutalom nem jár ilyesmiért, viszont lenyúlni a kész eredményeket az egyetem *szabadon* elveheti, akkor ez a kutatóknak *nem érdeke*. Ilyen viszonyok mellett *hazugság* azt állítani, hogy az intézmény ezt előtérbe helyezi.” — *Techtranszferben aktív, nem vállalkozó kutató*

Az egyetemi támogatás nem kielégítő volta ellenére, a tanszékek között számos piaciorientált szívet, vállalkozó szellemű munkacsoportot találni. A jövedelemtermelő-képességekben lévő éles különbségek azonban egyenlőtlenséget és ezzel együtt féltékenységet szülhetnek a kutatók, tanszékek és karok között: a piaciorientált tevékenységet nem folytatók könnyen megneheztelhetnek piaci bevételekre is szert tevő, az egyetemi alaptevékenységekre (látszólag vagy ténylegesen) kevesebb időt fordító társaikra.

„A kar egyik legjobban teljesítő tanszéke vagyunk (80-150 M Ft/év bevétel, 90-120 fő diplomatervező). A nagyfokú leterheltség mellett jut energiánk az ipari kapcsolatok ápolására. Sajnos az innovációra már kevésbé jut elegendő energiánk. Az ipari munkák eredményeinek hasznosulása pedig a megbízók kezében van. Azt lehet mondani, hogy az eredmények a személyes kapcsolatok hatékonyságának is a függvényei.” — *Techtranszferben aktív, nem vállalkozó kutató*

A piaciorientált kutatás terjedéséhez, intézményesítéshez és problémáihoz való hozzáállást, valamint az egyetemi környezet vállalkozó szellemiségét mérő Likert-skála elemekhez a válaszadók közel 300 megjegyzést fűztek. Ezek többsége két fő témakört érint:

- 1) *a három küldetés (oktatás, kutatás, vállalkozás) viszonyát, valamint*
- 2) *a kutatási eredmények piaci értékesítésének – amerikai típusú – központosítását.*

Ami az első kérdést illeti, a válaszok szerint a kutatók már az egyetemi alapfunkciók, tehát az oktatás és a kutatás között is nehezen találják meg az egyensúlyt. Hiszen bár *az egyetem elsődleges funkciója az oktatás, az oktatók kinevezése, előmenetele mégis alapvetően a kutatótevékenységtől függ.* Az egyetemi alkalmazottak így méltán bizonytalanok abban, hogy oktatóként vagy inkább kutatóként tekintsenek magukra. S bár többen érzik az oktatás és a (piacorientált) kutatás kapcsolódási pontjait, kevesen tehetségesek mindkettőben egyformán, illetve nehéz egyszerre mindkét területen magas színvonalon helytállni.

„Az oktatás minőségét már önmagában az károsítja, hogy egy egyetemi oktatónak egyben kutatónak is kell lennie, és egy egyetemi kutatónak egyben oktatónak is kell lennie (hiába van kétféle státusz, mindenkinek mindent kell csinálnia, mert annyi az oktatási munka, és olyan kevés álláshely van). Álszent dolog, hogy valaki mindkét területen egyszerre (oktatás és kutatás) jó tud lenni. Szét kellene választani a követelményrendszert az oktatóknak (aki az oktatásban legyenek jók) és a kutatóknak (akik a kutatásban legyenek jók).” — *Techtranszferben nem aktív, nem vállalkozó kutató*

A kutatók időbeosztását tovább nehezíti a harmadik küldetés megjelenése, amely a válaszadók szerint ugyan pozitív hatással van az oktatás tartalmára, hiszen gyakorlat közelivé teszi azt, egyúttal csökkenti is az órákra való felkészülésre fordítható időt. A publikációs kényszer („publish or perish”) és a harmadik küldetés tükrében a kutatók akár „nyűgként”, „szükséges rosszként” is tekinthetnek a diákokra, mindazonáltal az iparral, a kurrens kutatási problémákkal folyamatosan kapcsolatban lévő oktatók hitelesebbek a katedrán. A fordított eset is gyakori, amikor egy kutató azért nem aktív a techtranszferben mert úgy érzi, hogy az oktatási feladatok teljesen lekötik energiáit.

„Hármas elvárásnak (kutatás, oktatás, pályázati tevékenység) egyszerre megfelelni középszerűen lehet, mindhárom tevékenység egyszerre folytatásával. A másik lehetőség, hogy felváltva lehet az egyikre nagyobb hangsúlyt helyezni, így lehet jó minőséget elérni. Ekkor a másik két oldal háttérbe helyezése miatti elmarasztalás az eredmény, függetlenül attól, hogy az egyetemnek mindhárom az érdeke.” — *Techtranszferben aktív, vállalkozó kutató*

A megjegyzések másik nagy csoportja a tudományos vállalkozó funkció központosítására, az egyetem és a kutató közötti munka-, szellemi tulajdon- és jövedelem-megosztásra vonatkozik. A kutatók szerint az egyetemnek csak kielégítő ellenszolgáltatások fejében (pénzügyi támogatás, kutatási infrastruktúra, techtranszfer-szolgáltatások) lenne joga részesülni a szellemi termékek tulajdonából, illetve azok hasznosításának bevételeiből. *Az egyetemi részesedés mértékét pedig az egyetemről kapott támogatások mértékéhez kellene igazítani.* A (korszerűtlen) egyetemi infrastruktúra biztosítása a válaszadók szerint nem elégséges feltétele osztozkodásnak, s főleg nem a jelenlegi szabályzatok szerint megszabott mértékben. Bár elviekben a kutatók többsége *ésszerűnek és szükségszerűnek tartja az egyetemmel való együttműködést*, az egyetemek által alkalmazott „testvéries” vagy ahhoz közeli nyereségfelosztást „irreálisnak” tekintik, hiszen az elveszi a motivációt az amúgy is „túladoztatott” hasznosítástól.

„Ha *igazságos* elosztás lenne a szabadalmi/hasznosítási jogok terén, akkor sokkal jobban működne ez a dolog. Hogy mi az igazságos elosztás, azt pedig nem a techtranszferiroda jogászainak kéne egyoldalúan eldönteni, hanem megkérdezni a *kutatókat*, hogy számukra mi az elfogadható és egy kölcsönösen elfogadott és mindenki számára a hasznos munkára *ösztönző* megállapodást kidolgozni. (...) A kutatóval tisztázni kellene *előre*, (még a kutatások elindulása előtt), hogy mire számíthat az egyetemről. Miben, hogyan és mennyit tud neki segíteni és ezért mit vár el cserébe. Az egyetemi kutatók zöme szereti az egyetemi légkört (kutatás, oktatás, szélesebb rálátás dolgokra ...), ezért ha *korrekt* támogatást kapna az ötleteihez (nem konkrét pénzbeli segítségre

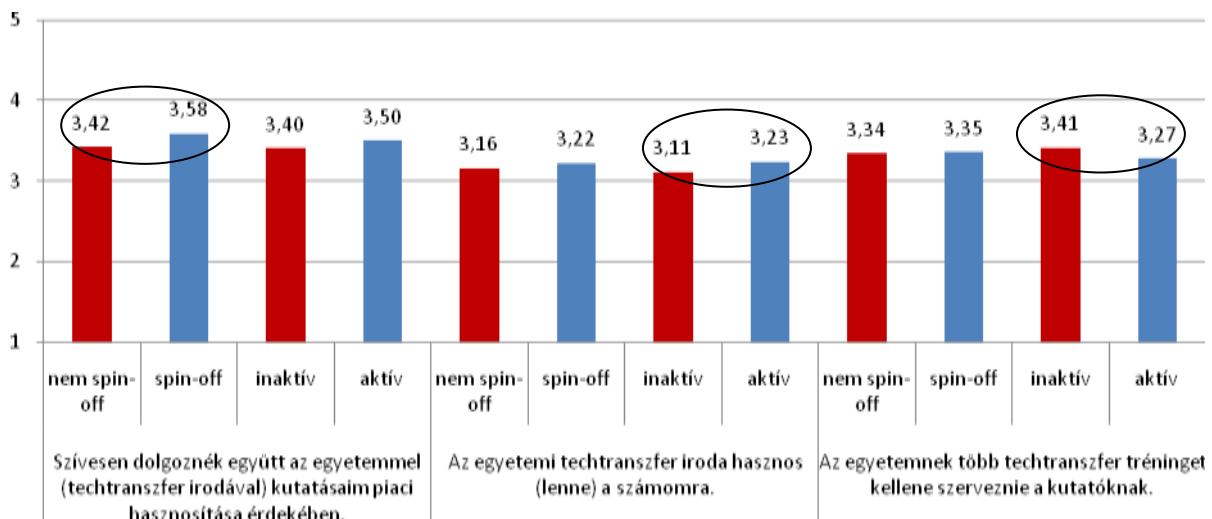
gondolok), akkor szívesebben valósítaná meg az egyetemen a dolgokat és nem vinné el mondjuk egy ipari partnerhez.” — *Techtranszferben aktív, nem vállalkozó kutató*

Mivel a kutatási eredmények értékesítésének fő motivációja a (társadalmilag méltatlannak tartott) jövedelem kiegészítése, illetve mivel a kutatók nem érzik, hogy az egyetem megbecsüli őket, ezért még inkább zokon veszik, ha extra erőfeszítéseik árán szerzett jövedelmeiket az egyetem indokolatlanul nagy mértékben adóztatja meg, ha beleszól a kutatási eredmények hasznosításába.

„Elviekben jogos, ha az egyetem anyagilag profitál dolgozói K+F bevételeiből. Ugyanakkor az egyetem »munkáltatóként« nem képes megeremteni a nyugodt és hatékony munka hátterét. Sem anyagiakban (fizetés, juttatások), sem a dolgozók munkájának támogatásában (gondolok itt arra, hogy minden évben gyomorgörccsel várjuk az egyetemi költségvetés elfogadását és annak hatását Tanszékünkre). A K+F munkák fő hajtóereje egyszerűen az, hogy a kollégáknak kirívóan alacsony a fizetése, a Tanszéknek pedig (mivel a központi pénz nem elegendő még ezekre az alacsony bérekre sem) évről évre még ennek az összegnek egy részét is K+F pénzből kell kitermelnie. Ezt figyelembe véve elgondolkodtató az egyetem részesedésének etikus volta.” — *Techtranszferben aktív, nem vállalkozó kutató*

Vannak olyan kutatók is, akik támogatják a kutatási eredmények egyetemi tulajdonát, a szellemi termékek és a belőlük származó profit egyetemmel való megosztását. Sőt, egyesek kifejezetten *károsnak* vélik a vállalkozó kutatók egyetemi erőforrásokat kisajátító tevékenységét.

„Ez úgy működik, mint a vállalatoknál a »szolgálati szabadalom«. Egy nagyobb szervezet könnyebben tudja (tudná) érvényesíteni a találmánnyal kapcsolatos jogokat. Kérdés, hogy jól végzi-e ezt a tevékenységet.” — *Techtranszferben aktív, nem vállalkozó kutató*

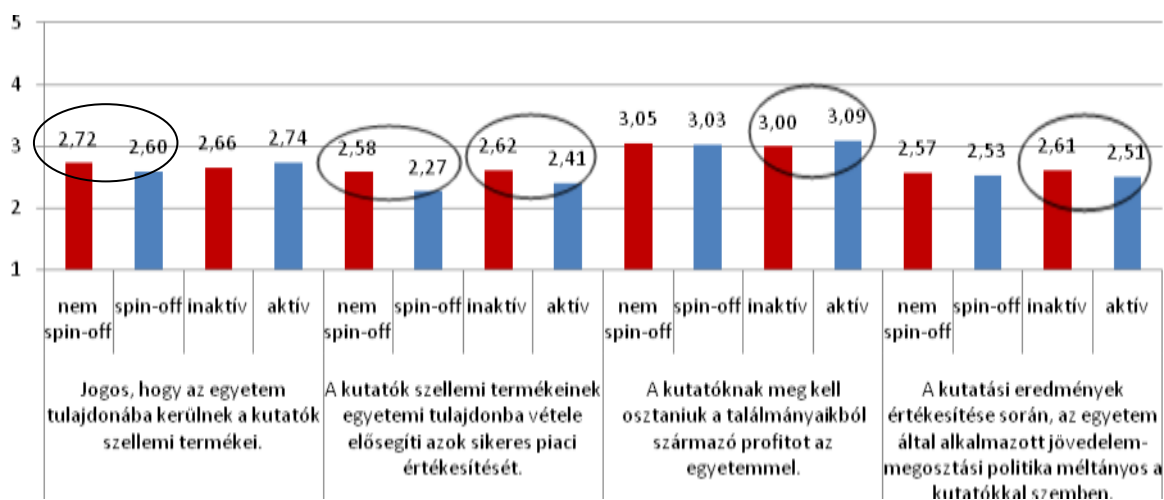


3. ábra: Az egyetemmel való együttműködés értékelése a techtranszferben aktív, nem aktív és a spin-off vállalkozásban is dolgozó kutatók körében (skálaátlagok; 1=egyáltalán nem értek egyet; 5=teljesen egyetértek). A szignifikáns ($p < ,05$) eltéréseket bekarikáztam.

Forrás: Saját szerkesztés

A skálaátlagok szerint a kutatók (inkább) együttműködnének az egyetemmel, mint sem (3. ábra). A spin-off vállalkozásban (is) dolgozók együttműködési hajlandósága a legmagasabb ($M=3,58$), mégis, a felmérés idején csupán 8%-uk osztotta meg profitját az intézménnyel. Ennek az lehet az oka, hogy nem tartják méltányosnak a jelenleg érvényben lévő jövedelem-

megosztási elveket ($M=2,53$) és nem gondolják, hogy az egyetem tulajdonába kellene adniuk szellemi termékeiket ($M=2,60$) mert úgy vélik, hogy az nem segíti elő azok sikeres piaci értékesítését ($M=2,27$) (4. ábra).



4. ábra: Az egyetemmel való szellemi tulajdon és profitmegosztás értékelése a techtranszferben aktív, nem aktív és a vállalkozó kutatók körében (skálaátlagok; 1=egyáltalán nem értek egyet; 5=teljesen egyetértek). A szignifikáns ($p<,05$) eltéréseket bekarikáztam.

Forrás: Saját szerkesztés

4. KÖVETKEZTETÉSEK

A marketingkörnyezet megértése és az ahhoz való folyamatos alkalmazkodás főként a csökkenő állami támogatások tükrében vált prioritássá a magyar felsőoktatásban. A Bizottság szerint Európa gazdasági hátránya az egyetemi kutatás korábbiaknál erőteljesebb piaci hasznosítását, értékesítését kívánja meg. A piacorientált gondolkodásmód adaptálása azonban, a magyar egyetemi rendszer sajátosságait figyelembe véve, komoly kihívást jelentő feladat. A bemutatott kutatás eredményei szerint, noha az abban való aktivitás általában véve alacsony, a harmadik küldetés fontosságát a kutatók elfogadják. Az aktivitás mértékét elsősorban a kutatási irány és terület, valamint a tanszéki környezet (főnök és kollegák hozzáállása a piacorientált K+F-hez) határozza meg. Ennek alapján az alkalmazott jellegű területek, a mérnöki és az orvos-mérnöki (biomedikai) tudományok a leginkább piacorientáltak. A válaszadók szerint, a látszólagos elkötelezettség ellenére, az egyetemek nem könnyítik meg a harmadik küldetésnek való megfelelést. S bár a támogatások a piacorientált kutatás felé terelik az oktatókat, az egyetemi ösztönzési rendszerek és munkamegosztási gyakorlatok nem tartanak lépést a tudánypolitikai változásokkal. A kutatók szívesen együttműködnének az egyetemmel szellemi termékeik piaci hasznosítása során, de elvárják a kétoldalú párbeszédet és a mindenki számára kielégítő megoldásokat, szabályozásokat.

5. IRODALOM

Bugandwa Mungu Akonkwa, D. (2009). Is market orientation a relevant strategy for higher education institutions? *International Journal of Quality and Service Sciences*. DOI 10.1108/17566690911004230 , 311-333.

- Clark, B. R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organisational Pathways of Transformation, Issues in Higher Education*. Oxford: Pergamon Press for International Association of Universities.
- Cummings, W. K. (1999). The Service Orientation in Academia, or Who Serves in Comparative Perspective? In I. Fägerlind, I. Holmesland, & G. Strömqvist, *Higher Education at the Crossroads, Studies in Comparative and International Education 48* (old.: 223-32). Stockholm: Institute of International Education, Stockholm University.
- Dewatripont, M., Jewitt, I., & Tirole, J. (2001). Multitask agency problems: focus and task clustering. In M. Dewatripont, F. Thys-Clement, & L. Wilkin, *Strategic Analysis of Universities: Microeconomic and Management Perspectives*. Brussels: de L'université de Bruxelles.
- Etzkowitz, H. (1983). Entrepreneurial Scientists and Entrepreneurial Universities in American Academic Science. *Minerva 21* (2-3) , 198-233.
- Etzkowitz, H. (1998). The Norms of Entrepreneurial Science: Cognitive Effects of the New University-Industry Linkages. *Research Policy 27* , 823-833.
- Etzkowitz, H., Webster, A., & Healy, P. (1998). *Capitalizing Knowledge: New Intersections of Industry and Academia*. Albany: State University of New York Press.
- Fuller, S. (2003). Can Universities Solve the Problem of Knowledge in Society without Succumbing to the Knowledge Society? *Policy Futures in Education 1(1)* , 106-24.
- Kirby, D. (2006). Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying entrepreneurship theory to practice. *Journal of Technology Transfer 31(5)* , 599-603.
- Kohli, A., & Jaworski, B. (1990). Market orientation: the construct, research propositions and managerial implications. *Journal of Marketing (54)* , 1-18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketingmenedzsment*. Budapest: Akadémiai Kiadó Zrt.
- Maassen, P., & Olsen, J. (2007). European Debates on the Knowledge Institution: The Modernization of the University at the European Level. In P. Maassen, & J. Olsen, *University Dynamics and European Integration* (old.: 3-22). Springer.
- Narver, J., & Slater, S. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing 54* , 20-35.
- Novotny, Á. (2008). Academic Entrepreneurship in Hungary: Can the Bayh-Dole Model of University Technology Transfer Work in an Eastern European Context? *Periodica Polytechnica, Ser. Soc. Man. Sci. 16(2)* , 1-10.
- Novotny, Á. (2010). *Vállalkozó egyetemek Magyarországon: technológiatranszfer-aktivitás és -attitűd a magyar egyetemi kutatók körében. Doktori (PhD) értekezés*. Budapest: BME.
- Nowotny, H., Scott, P., & Gibbons, M. (2003). Mode 2 revisited: the new production of knowledge. *Minerva 41* , 179-194.
- Nowotny, H., Scott, P., & Gibbons, M. (2001). *Re-Thinking Science. Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty*. Cambridge: Polity Press.
- Sirvanci, M. (1996). Are students the true customers of higher education? *Quality Progress, 29(10)* , 99.
- Subotzky, G. (1999). Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Community Service Programs. *Higher Education, 38(4)* , 401-440.
- Williams, G., & Kitaev, I. (2005). Overview of National Policy: Contexts for Entrepreneurialism in Higher Education Institutions. *Higher Education Management and Policy 17(3)* , 125-141.

ENGLISH SUMMARY

This paper explores the characteristics and bottlenecks of higher education institutions' transformation towards a more market oriented stance. It deals with the "marketization"/commercialization of university research, which is regarded as a key issue in European policymaking. On the basis of a survey among 1,562 faculty members from 14 Hungarian public universities, the author finds that faculty's positive attitude to the "third mission" is not reflected by the rate of their involvement in commercializing intellectual property. Involvement is primarily determined by the direction and field of research and the entrepreneurship of the researcher's micro-environment. Although competitive research grants and decreasing government funds steer university faculty toward market oriented philosophy, university culture and incentive systems are not in line with the new standard.