

Egyetemi kontextusú globális-lokális paradoxon a tanuló régiók keretfeltételei között: a „negyedik generációs” egyetemek irányába

Molnár Gabriella és Zuti Bence¹

Jelen tanulmány elsődleges célja, hogy megvizsgálja, megadhatóak-e egy nemzetközileg sikeres, ugyanakkor a helyi gazdaság és társadalom igényeit a lehető legnagyobb mértékben kielégítő egyetem ismérvei. Modellek felállítására kerül sor, melyek megmutatják, hogyan is kellene kinéznie egy negyedik generációs egyetemnek, hogyan értelmezhető a globális-lokális paradoxon egyetemi kontextusban, illetve milyen mértékű szerepet tölt be egy negyedik generációs egyetem egy újraértelmezett Triple Helix modellben. Mindezek vizsgálata a tanuló régiók keretfeltételei között történik.

Kutatásunk egyik legfontosabb megállapítása, hogy az egyetemek esetében is definiálható a globális-lokális paradoxon, hasonlóan a vállalatokhoz, az egyetemek nemzetközi törekvései mellett tartós sikereik forrásai a lokális térségben gyökereznek. A vállalatok iparági versenyelőnyei forrásainak kategorizálása párhuzamba állítható az egyetemek versenyelőnyei forrásainak osztályozásával, definiálhatók a Porter-féle rombusz modell tényezői egyetemi dimenzióban, valamint a Triple Helix modell újraértelmezésével egy olyan modellt kapunk, melyben az egyetem kapja a leghangsúlyosabb szerepet, és az egész modell a helyi gazdaság és társadalom keretein belül értelmezhető.

Kulcsszavak: felsőoktatási intézmények, oktatás- és gazdaságfejlesztés, város-, vidék- és regionális gazdaságtan

1. Bevezetés

Ma már tudjuk, hogy a tudásalapú társadalom szükségszerűen hozza magával a humán erőforrások jelentőségének felértékelését, mivel a gazdaságok versenyképessége nagymértékben függ a rendelkezésre álló humán erőforrások mennyiségi és főként minőségi jellemzőitől. A rendelkezésére álló humán erőforrás-állomány képzésének kulcselemei az egyetemek, melyek egyre fontosabb szerepet töltenek be a fejlett gazdaságokban. Ezen országokkal kapcsolatban az is elmondható, hogy az egyetemek szerepe a lokális térségük életében a két tradicionális tevékenységen (oktatás és kutatás) felül - a fokozott társadalmi és gazdasági szerepvállalás miatt - egyre inkább kiegészül a klasszikus funkciókhoz nem köthető elemekkel (harmadik miszsió).

¹ Molnár Gabriella és Zuti Bence, MA-hallgató, Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar. A tanulmány a 2013. évi XXXI. OTDK-n II. helyezést elért dolgozat alapján készült. Témavezető: Dr. Lukovics Miklós, egyetemi docens.

A tanulmány célja az, hogy megvizsgálja, hogy megadhatóak-e egy nemzetközileg sikeres, ugyanakkor a helyi gazdaság és társadalom igényeit a lehető legnagyobb mértékben kielégítő egyetem ismérvei? Tehát olyan virtuális egyetem modelljének, kvázi „prototípusának” létrehozására törekszünk, mely rendelkezik mindazon tulajdonságokkal, amelyek a különböző szempontrendszerek szerint sikeressé tehetnek egy egyetemet. Ezen kérdés megválaszolásához 3 fő fejezeten át vezet az út.

Fontosnak tartjuk kihangsúlyozni, hogy a felsőoktatással kapcsolatos jelenlegi hazai oktatáspolitikai elképzeléseket tanulmányunkban nem tárgyaljuk, kizárólag arra a kérdésre keressük a választ, hogy a nemzetközi szakirodalom és a sikeres benchmark példák alapján hogyan válaszolható meg a kutatás alapkérdése.

2. Az egyetemek globális-lokális kontextusának keretrendszere

Napjainkban az egyetemek kiemelten fontos szerepet töltenek be a fejlett országok gazdaságában. Ezek az intézmények nemzetközileg elismertek, az oktatás és kutatás területén nemzetközi sikereket érnek el. Ezzel párhuzamosan szorosan kapcsolódnak a helyi gazdasághoz, annak motorjaként funkcionálnak. Ehhez szükséges minél komplexebb kapcsolat kialakítása mind a versenyszférával, mind a kormányzattal.

Jelen fejezetben ezzel kapcsolatban fogjuk tisztázni a legfontosabb alapfogalmakat, így részletesen bemutatjuk a globális-lokális paradoxont, Porter rombuszmodelljét, alaposan körüljárjuk a tanuló régiók jellemzőit, jellegzetességeit, valamint kitérünk a Triple Helix modellre is.

2.1. Globális-lokális paradoxon

Napjainkban a vállalatok versenystratégiái átlépik a nemzetközi piacokat, nemzetközi stratégiákat dolgoznak ki. Ugyanakkor ezeknek a vállalatoknak a kulcskompetenciái egy kisebb térségben koncentrálnak. Ez a kicsi térség nagyon sok szempontból jelentős, amely általában egy lokális térségként definiálható. Ennek nagyságát nem tekintjük fontosnak, az a fontos, hogy mi található az adott térségben. Fontos a tudásbázis, amire a térség támaszkodik.

Lengyel Imre (2010) részletesen kifejtette e paradoxon globális és lokális oldalát is. A globális oldalon jellemző, hogy számos ágazatban nemzetközivé válik a piaci verseny, az egyes szervezetek globális stratégiákat készítenek, melyek nem állnak meg az adott térség határainál, hanem átlépik azokat. A mobilitás is igen lényeges tényező napjainkban, ugyanakkor az immobil eszközökhöz részlegeket lehet létrehozni, így ezek is elérhetővé válnak. A tudás, információ, innováció és kreativitás szerepe felértékelődött, az új tudás és technológia is átlépi a nemzeti és regionális határokat, mindenki számára elérhetőek.

A vállalatok nemzetköziesedése, nemzetközi versenytörekvései mellett azonban létezik egy párhuzamos, ugyanakkor ellentétesnek tekinthető folyamat is, a lo-

kális térség adta előnyök, melyet Lengyel Imre (2010) a paradoxon lokális oldalán fejt ki aprólékosan. A térségek gazdasági teljesítményében ugyanis nem tűnnek el a nagy különbségek, így a lokális gazdaság az, ahonnan egy adott vállalat legfontosabb versenylőnyei származnak. Itt elsősorban a szellemi tőke lényeges, a fizikai és pénztőke kevésbé döntő szerepet játszik.

Összegzésképpen elmondható, hogy míg a vállalatok a nemzetközi piacokon versenyeznek, ott tartós sikerekre törekszenek, mégis a hosszú távú versenylőnyöket a lokális térségben tudják megszerezni, nagyon fontos a helyi térségbe való beágyazódás, a helyi szereplőkkel kialakított minél sokoldalúbb kapcsolatrendszer.

Megvizsgálva ezt a modellt, megfigyelhető, hogy az egyetemek esetében is értelmezhető lehet a globális-lokális paradoxon. Párhuzam vonható a vállalatok globális versenye és helyi versenylőnyei, valamint a felsőoktatási intézmények hasonló tevékenysége között.

2.2. A rombusz modell

Mint az előző alfejezetben rávilágítottunk, egy-egy vállalat hosszú távú versenylőnyei a lokális térségben gyökereznek. Ezek a versenylőnyök azonban számtalan tényezőtől függenek, melyeket Porter (2008) négy nagy csoportba osztott, ezáltal létrehozva a rombusz-modellt. A rombusz modell tehát egy-egy régió meghatározó szereplői esetében az iparági versenylőnyök forrásait osztályozza négy nagy csoportba, tulajdonképpen a helyi üzleti környezet sajátosságait kategorizálja. Ez a négy determináns pedig a következő (Porter 1998):

- A vállalati stratégia és versengés összefüggései
- Tényező (input) feltételek
- Keresleti feltételek
- Támogató (kiszolgáló) és kapcsolódó iparágak.

Ezek alkotják tehát Porter rombusz-modelljének négy csúcsát, melyek kölcsönösen hatnak egymásra, szoros kapcsolat figyelhető meg közöttük. Amennyiben mind a négy tényező hozzájárul az adott iparág versenylőnyeihez, az adott térség igen sikeres ebben az iparágban. Az iparági versenylőnyök forrásainak kategorizálását a következő ábra szemlélteti.

A *tényező (input) feltételek* azokat az erőforrásokat és infrastruktúrát jelentik, amelyekre egy-egy vállalat a verseny során támaszkodik, fontos tehát az adott tényező minősége és egyedisége. Az erőforrások közé sorolhatjuk a természeti erőforrásokat, a humán erőforrásokat, valamint a pénzügyi forrásokat. Másik fontos csoport a tényező feltételek között az infrastruktúra, mégpedig a műszaki, adminisztrációs, informatikai, valamint a tudományos és technológiai infrastruktúra. Versenylőnyhöz juttathatja a vállalatokat a műszaki infrastruktúra kedvező költsége (pl. szállítások). Az adminisztrációs infrastruktúra esetében pl. azt kell vizsgálni, hogy a jogszabályok megkönnyítik-e a vállalatok működését (Porter 1998 in Lengyel 2010).

A *keresleti feltételek* magukban foglalják a helyi lakosság vásárlásait, valamint a vállalatok beszerzéseit is (gépek, nyersanyagok). Mint a tényező feltételek esetében, a keresleti feltételeknél sem a mennyiség játszik döntő szerepet, hanem a minőség. Lényeges versenyelőny lehet a kifinomult ízlésű vásárlók megléte, mert termékdifferenciálásra, kiváló minőségű termékek készítésére adódik lehetőség, melyet az adott, helyi térség vesz észre először (Porter 1998 in Lengyel 2010).

A *támogató és kapcsolódó iparágak* azokat az iparágakat jelölik, ahonnan a vállalatok inputjait beszerzik. Ahhoz, hogy egy vállalat sikeres legyen, kiváló partneri kapcsolatokra van szüksége. A kapcsolódó iparágak annyiban különböznek a támogató iparágaktól, hogy a vállalattal nem ugyanazon termékpiacon vannak jelen, nem versenyeznek egymással, hanem kiegészítik egymást (pl. tevékenység-megosztás), ezzel kölcsönösen erősítve egymást (Porter 1998 in Lengyel 2010).

Porter rombusz-modelljének negyedik pillére a *vállalati stratégia és verseny összefüggései*. Egy-egy térség versenyképességét nagyban meghatározza a vállalatok stratégiája, hogy milyen célokat tűznek ki maguk elé, ezek azonban országoként, nemzeteként nagymértékben eltérőek lehetnek egymástól. Egy vállalat elsősorban akkor lehet sikeres, ha olyan vezetési és szervezeti struktúrát dolgoz ki, amely illeszkedik a hazai bázis sajátosságaihoz (Porter 1998 in Lengyel 2010).

Összegezve, számtalan tényező befolyásolja, hogy egy vállalat mekkora sikereket tud elérni, hogyan juthat versenyelőnyökhöz. A felsőoktatási intézmények esetében is kimondhatjuk, hogy számos determináns határozza meg a sikert, hogy egy egyetem mekkora szerephez jut egy adott térségben, mennyire képes felvenni a helyi gazdaság és társadalom fejlesztésének vezető, domináns szerepét.

2.3. *A tanuló régiók*

Maga a *tanuló régió* komplex fogalom, mely részben pedagógiai (tanuló) és részben földrajzi (régió) diszciplínákhoz kapcsolódó elemekből tevődik össze. Morgan például pont ennek a kettőnek az összeolvasztásával próbálta definiálni a tanuló régiót (Morgan 1997). Szerinte a tanuló régiós csoportosítás alkalmas arra, hogy a különböző térségeket, mint innovációs hálózatokat kezeljük, ezáltal az adott területek előnyeit figyelembe véve tesztekre szabott stratégiai célkitűzéseket tudunk megfogalmazni a fenntartható fejlődés megalapozása érdekében (Kozma 2010). Le kell szögeznünk azonban, hogy a tanuló régiók esetében a földrajzi lehatárolhatóság jóval jelentéktelenebb tényező a tanulási potenciálhoz képest. A gazdasági berendezkedésnek eredményeképp a tanuló régiókon belül kialakulnak egyfajta vonzáskörzetek, vagy városkörnyéki régiók. Bizonyos esetekben a tanuló régió még az országhatárokon is átnyúlik, például az Öresund tanuló régió esetében (Németh 2006).

A tanuló régió tulajdonképpen egy kooperatív szemléletmódon alapuló rugalmas termelő rendszer, mely a fizikai termékek létrehozása mellett jóval nagyobb hangsúlyt fektet a szellemi termékek létrehozására. Egy ilyen berendezkedés esetén

azt feltételezzük, hogy az adott régió társadalma igényt tart a tudás befogadására és átadására, így az a tanulási folyamatokból hosszútávon prosperálni képes.

2.4. *A Triple Helix modell*

A tanuló térségekben rendkívül komplex hálózatok és kapcsolatrendszerek működnek, ennek modellezésére egy kiváló példát nyújt a *Triple Helix modell*. A Triple Helix koncepció egyik fő gondolata, hogy adott régióban az egyetem – ipar - kormányzat háromszög szereplői bár megtartják jól elhatárolható tevékenységkörüket, bizonyos funkciókban osztoznak, vagy akár részben át is adnak egymásnak (Etzkowitz 2008). Ez az összefonódás egy újfajta szemléletet eredményez regionális szinten, mely a tudásalapú gondolkodás és gazdaság alappilléret képezheti. A Triple Helix modellben az egyetem képezi a fő oktatási, a kormányzat a fő társadalmi, az ipari szféra pedig a fő gazdasági pillért.

A felsőoktatási intézmények harmadik missziója keretében alapvető feladattá válik az egyetem környezetére gyakorolt gazdaságfejlesztő hatása, a térség versenyképességének javítása. Ennek megvalósítása érdekében napjaink egyetemeinek kiemelt célja kell, hogy legyen minél szélesebb körű kapcsolatrendszer kialakítása, mind a gazdaság, mind a kormányzat irányába. Ezt a háromirányú kapcsolatrendszer nevezük Triple Helix modellnek (Lengyel B. 2004). Az egyetemeknek tehát szoros együttműködést kell kialakítaniuk egyrészt a gazdaság szereplőivel, másrészt a kormányzati szervekkel. Az egyetem és a piacorientált szféra szoros kapcsolata révén ugyanis lehetővé válik az egyetemen képződött tudás adott térségben történő felhasználása, amely javíthatja a helyi vállalkozások versenyképességét, ezen keresztül pedig az adott térség versenyképességét (Lukovics 2010).

A Triple Helix modell tehát azt feltételezi, hogy az egyetem – ipar - kormányzat szereplőinek tevékenységi köre között átfedés alakul ki az interakciók megváltozása következtében.

2.5. *Egyetemek fejlődéstörténete, generációi*

Wissema: Towards the Third Generation University c. munkájában kifejti, hogy az egyetemek három generációba sorolhatók. Wissema (2009) szerint az egyetemek fejlődésük során egyik generációból a másikba lépnek. Napjainkban a legtöbb felsőoktatási intézmény még második generációs, de egyre többen kerülnek közel a generációváltáshoz. A második és a harmadik generációs egyetemek között az egyik legjellemzőbb eltérés abban rejlik, hogy míg a második generációs egyetemek célja az oktatás és a kutatás, a harmadik generációs egyetemeknél ez a változó társadalmi és gazdasági elvárásokhoz igazodva kiegészül az ún. *harmadik misszióval*. Ez az ún.

harmadik misszió² az egyetemen kívüli partnerekkel létesített kapcsolatokat, illetve az ezúton keletkezett know-how hasznosítását öleli fel.

A harmadik generációs egyetemek (3GE), esetében már fontos céllá válik a létrehozott tudás, know-how kamatoztatása is, kiegészítve az oktatási és kutatási funkciót, tehát teljesülnie kell az oktatás – kutatás – tudásmegosztás egységének (Majó 2011). A harmadik generációs egyetem tudáshatásának nagyobbak kell lennie, a helyi gazdaság szereplőivel fokozottabb kapcsolatot kell kialakítania. A 3GE ugyanis olyan tudásközpont kíván lenni, mely meghatározó szereplője környezete gazdaságfejlesztésének, továbbá számára a tudás hasznosítása egyfajta társadalmi missziót is jelent, a közösséget szolgálja. A 3GE-k már sokkal inkább világi egyetemnek tekinthetők. Ennek legfőbb jellegzetessége, hogy az egyetemek közös nyelve az angol lesz, ezt a nyelvet használják minden egyetemi előadáson és minden írott anyag esetében. Ez nem azt jelenti, hogy a nemzeti nyelvek eltűnnek, de az egyetemeken az angol nyelv lesz használatos, hiszen a nemzetközi életben is ez a nyelv a legelterjedtebb. Ezek az egyetemek tehát multikulturális intézmények, ahol ki lehet és ki is kell használni ezt a sokféleséget. Elmondható, hogy elsősorban a harmadik generációs egyetemektől várható el egy-egy régió versenyképességének javítása, ahol az oktatás és kutatás mellett a tudás hasznosítása áll a középpontban (Lukovics 2010).

2.6. Egy újfajta gondolat kísérlet: a „negyedik generációs” egyetem

A harmadik generációs egyetemekről már számos szakirodalom jelent meg, körvonalazódott, mit jelent pontosan a fogalom, milyen célkitűzéseket értenek alatta, és számos külföldi egyetem (melyek közül néhány példa vizsgálata a következő fejezet egyik témája) célul tűzte ki hosszú távú stratégiai dokumentumaiban a harmadik missziós törekvések megvalósítását. Egy lengyel szerző, Krzysztof Pawlowski azonban már „negyedik generációs” egyetemekről ír, a „negyedik generációs” egyetem hatását vizsgálja a lokális fejlődésre. Klasszikus jelentését véve, a vállalkozó egyetem igen szoros, tevékeny kapcsolatot tart fenn a helyi gazdaság és társadalom szereplőivel, ennek a kapcsolatrendszernek célja az egyetem belső fejlődése is. El lehet azonban képzelni egy ilyen típusú egyetem jóval fejlettebb modelljét, amely a növekedésének felgyorsítása érdekében megpróbál változtatni környezetén külső kezdeményezéseken keresztül, és ez az együttműködés a megváltozott környezettel erőteljesen átalakítja magát az egyetemet is. Ahhoz, hogy a szerző definiálja ezt az említett modellt, a „negyedik generációs egyetem” kifejezést alkalmazza. A második és harmadik generációs egyetemek is megteremtik a környezetüket, de a „negyedik generációs” egyetemek esetében a felsőoktatási intézmény alapvető célja az, hogy befolyásolja a környezet változását, a tudás-alapú gazdaság igényeinek megfelelően (Pawlowski 2009).

² http://www.felvi.hu/pub_bin/dload/AVIR_strat_gondolk_tanulm Kotet/AVIR_TanKotet_Bevezeto.pdf

3. Az egyetemek sikerességi faktorai

Jelen fejezetben az elméleti alapok tisztázása után vizsgálódásunk szempontjából két fontos témára térünk ki. Az egyetemek sikerességi faktorait fogjuk megvizsgálni, mégpedig egyetemi rangsorok és külföldi benchmark példák segítségével. Az egyetemek három misszióját fogjuk górcső alá venni, elemzésünk logikája a következő: az egyetemi rangsorok tanulmányozása alapján következtetések vonhatóak le az egyetemek sikerességét, teljesítményét illetően az első két misszió, azaz az oktatás és a kutatás tekintetében. Ezek a rangsorok nem foglalkoznak azonban az egyetemek harmadik missziójával, ezért nemzetközi benchmark példák tanulmányozásával pótoljuk e hiányt.

3.1. Oktatás – kutatás sikerességi faktorai rangsorok alapján

A harmadik generációs egyetemek a regionális térségek azon kiemelt intézményei, melyek döntő szerepet játszanak a régió felnőttoktatásában, kutatási és ügynevezett harmadik missziós tevékenységben. Egy fokozatosan tudásalapúvá váló társadalmi berendezkedésben nem csoda tehát, ha figyelmünk ezen intézmények köré összpontosul. A világon ma már számos globális (pl. Academic Ranking of World Universities, Scimago Institutions Rankings, University Ranking by Academic Performance), nemzeti (pl. FELVI), regionális rangsor áll rendelkezésünkre, melyek a lehető legkülönbözőbb indikátorok figyelembevételével állítják össze saját egyetemi ranglistájukat. Ezen rangsorok eredményei, bár közvetett módon, de szerepet játszanak abban, hogy hogyan alakul hosszú távon az adott területen a rendelkezésre álló tudástömeg.

A három legtekintélyesebbnek mondható globális szintű elemzési tevékenységet végző rangsorok a következők:

- Academic Ranking of World Universities (2003 óta),
- Times Higher Education World University Rankings (2009 óta),
- Quacquarelli Symonds World University Rankings (2004 óta).

A listák egyaránt hasznosak lehetnek a hallgatók, valamint az intézmények oldaláról is, hiszen amellet, hogy a leendő hallgatók saját prioritásaiknak megfelelő összehasonlítási alapot kapnak, az intézmények a ranglisták alapján kutatói vagy egyéb kapcsolatok létrehozását is kezdeményezhetik egymással.

A felsőoktatási rangsorok közül méltán ismert az *Academic Ranking of World Universities* rangsor, melyet 2003 óta a Shanghai Jiao Tong University állít össze évente. Az ARWU mögött a Jiao Tong University kutatóegysége, a Centre for World-Class Universities (CWCU) áll. A CWCU kezdeményezésére jött létre a „First International Conference on World-Class Universities” konferencia (WCU-1) 2005-ben, melyet azóta két évente rendeznek meg. Az ARWU 6, különböző súlyozottságú objektív indikátor szerint rangsorolja a világ egyetemeit. Fontos kiemelni, hogy a rangsor nem abszolút, hanem relatív, tehát a legjobban teljesítő in-

tézmény végül 100 pontot, a rangsor többi egyeteme pedig egy ehhez viszonyított százalékos teljesítményt kap (ARWU 2012).

A *Times Higher Education World University Rankings* az Egyesült Királyság egyik leghitelesebb információforrásának tekinthető a felsőoktatás terén. A publikációk éves gyakorisággal történnek (THE 2012). A *Times Higher Education World University Rankings* rendkívül bonyolult pontozási metodikát alkalmaz, melyben 13 indikátort 5 kulcsterületre tagol.

A *Quacquarelli Symonds* egy többfókuszú szervezet, mely egyrészt a legnagyobb, ún. „business education” rendezvényeket szervezi a világon (mint például a QS World MBA Tour, a QS World Executive MBA Tour vagy a QS World Grad School Tour), másrészt egy hatalmas hálózat, mely a globális karrierlehetőségekre és az oktatásra épít. Olyan céltudatos személyeknek nyújt segítséget, akik egyénileg és szakmailag is fejlődni szeretnének. A felhasznált adatok négy kulcsterületet fednek le, ezek a következők: kutatói tevékenység, munkavállalási készség, oktatás és nemzetköziesedés (QS 2012).

A *Scimago Institutions Rankings* egy 2009 óta létező tudományos értékelő rendszer, mely világszintű egyetemekre és kutatás-orientált intézményekre fókuszál. A rangsorolási módszertan és az értékelés nagyban épül a vizsgált intézmények (egyetemek, kormányzati ügynökségek, kutatóegységek, laborok, kórházak) tudományos outputjára. A SIR hét indikátorral dolgozik, és súlyozottság helyett mindegyik különböző mértékegységek vagy skálák mentén rendszerez (SIR 2012).

A *University Ranking by Academic Performance* rangsort a Middle East Technical University Informatikai Intézete alapította 2009-ben. A célja a többi rangsorhoz hasonló volt: egy olyan rangsorolási rendszer kialakítását célozták meg, ami az akadémiai teljesítményen alapul, melyet pedig a tudományos publikációk mennyisége és minősége határoz meg. Az URAP rangsora, mely 2000 egyetemet vizsgál, 2010-től kezdve éves gyakorisággal jelenik meg és tesz eleget a korábban említett célkitűzésnek (URAP 2011). Az URAP rangsor módszertana 6 akadémiai teljesítmény-indikátor adatain alapszik.

A *Ranking Web of Universities* rangsor bemutatása kapcsán érdemes az elején leszögezni, hogy maga a rangsor egy rendkívül szűk spektrumot vizsgál, név szerint az egyetemek internetes teljesítményét. Így a rangsor eredményeit a korábban vizsgált öt rangsor tükrében vagy ezektől eltekintve is érdemes fenntartásokkal kezelni. A *Ranking Web of Universities* rangsora négy indikátor értékeinek alakulását veszi figyelembe a lista összeállításánál (RWoU 2012).

3.2. *A harmadik misszió sikerességi faktorai nemzetközi benchmark példák alapján*

A következőkben benchmark példákkal fogunk foglalkozni. Számos külföldi, mind európai, mind amerikai egyetemet megvizsgáltunk annak érdekében, hogy olyan

gondolatokkal gazdagodjunk, melyek hasznosak lehetnek egy modern harmadik generációs egyetem alappilléreinek meghatározásakor.

Megvizsgáltuk a következő egyetemek aktuális több évre szóló stratégiáját: Aalborg, Aalto, Aarhus Denmark, Arts London, Aston, Cardiff, Charles Sturt, Edinburgh Napier, Leeds, Melbourne, Nottingham, Oregon State University, Oxford, Stanford, St. Andrews, Southampton, Waikato, Warwick és Western Australia. Emellett magyar egyetemek stratégiáit is áttekintettük, mégpedig a Miskolci Egyetem, Óbudai Egyetem és a Debreceni Egyetem stratégiáját.

Az *Aarhusi Egyetem* missziója a tudás, jólét és a kultúra fejlesztése, a kutatáson és a kutatás alapú oktatáson keresztül, valamint a tudás terjesztésén és külső tanácsadáson keresztül. Víziója, hogy az elit egyetemekhez tartozzék, és hogy hozzájáruljon a nemzeti és globális jóléthez (University of Aarhus 2008). A University of Aarhus sajátos szerepet játszik a társadalomban. Az egyetem tevékenysége a társadalom valamennyi ágazatára kiterjed, egyik fő feladata az objektív, kutatás-alapú tanácsadás a hatóságoknak. A University of Aarhus felismerte társadalmi szerepvállalásának fontosságát, a tudástranzfer jelentőségét.

Az *Oregon State University* stratégiája szerint magas színvonalú oktatása révén diplomásai versenyképesek lesznek bárhol, nem csupán az általuk választott területen. Az Oregon State University kiemelten fontosnak tartja a változó világ kihívásaihoz való alkalmazkodást, biztosítva a világszínvonalú oktatást, kutatást és a közösség szolgálatát. A meglévő erősségekre és kiválósági központokra építve kiemelt figyelmet kívánnak fordítani új beruházásokra olyan gazdasági, társadalmi, kulturális és környezeti területeken, amelyek jelentős haszonnal kecsegtetnek. Egyedi kezdeményezéseket és programokat kívánnak fejleszteni, mint pl. nagyobb hallgatói részvétel ösztöndíjas tevékenységekben, illetve mélyebb és tartósabb együttműködés más egyetemekkel, vállalatokkal, kormányzati partnerekkel (Oregon State University 2009).

A *University of Southampton* törekszik arra, hogy egy olyan inspiráló és lehetőségekkel teli környezettel rendelkezzenek, amely vonzza a tehetséges munkavállalókat és hallgatókat egyaránt. 2015-re egyértelműen sikeres és befolyásos nemzetközi egyetemmé szeretnének válni, erős „gyökerekkel” a helyi környezetben, emellett jelentős globális jelenlétre is szert kívánnak tenni (University of Southampton 2010). Mindezek alapján az egyetem négy stratégiai célt jelölt meg, melyek a következők: kutatási kiválóság, az oktatás átalakítása, vezető szerep a vállalkozásban és az innovációban, valamint hatás gyakorlása a társadalomra és a gazdaságra, melyek megvalósítása érdekében 17 kezdeményezést gyűjtött össze az egyetem.

Az *Aston University* víziója, azaz jövőképe, hogy 2020-ra nemzetközi hírneve lesz, mint aki ötleteket ad a jövő vállalkozásainak és közösségeinek. Missziója, hogy Aston az Egyesült Királyság vezető üzleti egyeteme legyen, ahol eredeti kutatás, vállalkozás és oktatás folyik globális hatással (Aston University 2010). Az üzleti vállalkozások igényeire szeretnének összpontosítani olyan tanfolyamokkal és kutatással, melyek erősségeikre építenek. Növelni tervezik az oktatási és kutatási

együttműködéseket nemzetközi partnerekkel és innovatív vállalatokkal. Szem előtt tartják a környezetvédelmi előírásokat, ezeknek maximálisan meg kívánják felelni, középpontban a fenntarthatóság gondolatával. Összességében egy olyan barátságos közösség szeretnének lenni, ahol jó tanulni és dolgozni egyaránt.

A *University of Nottingham* víziója, hogy elismert legyen az egész világon, valamint hozzájáruljon elsősorban a globális élelmiszerellátáshoz, energiához, fenntarthatósághoz és egészséghez. Továbbá, ambiciózus és tehetséges diákok, alkalmazottak és üzleti partnerek vonzásával el szeretnék érni, hogy az Egyesült Királyság egyetemeinek top 10-es listájában szerepeljenek (The University of Nottingham 2010). Az egyetem missziójaként a következőket fogalmazza meg: Elkötelezettek amellet, hogy diákjaikat megfelelően ösztönözve oktatásuk nemzetközileg elismert, kutatásuk világvezető legyen, valamint fontosnak tartják kölcsönösen előnyös kapcsolat fenntartását az Egyesült Királyságban, Kínában és Malajziában található kampuszaikkal.

The *University of Melbourne* által megfogalmazott jövőkép, hogy az egyetemnek folyamatosan alkalmazkodnia kell a nemzetközi standardokhoz, a változó piaci kondíciókhoz és az új szereplők megjelenéséhez a felsőoktatásban. Mégis, a szoros verseny nem determinálja az egyetem vízióját, identitását, illetve stratégiáját. A változások közepette a legnagyobb kihívás az, hogy az egyetem működése erős és szilárd legyen, rugalmasan alkalmazkodjon az új feltételekhez, megtartva sajátos jellemzőit. Víziójának eléréséhez Melbourne három specifikus célt jelölt meg: kutatás, tanulás és tanítás, valamint összekapcsolódás (Triple Helix modell) (The University of Melbourne 2010)

Az áttekintett egyetemi rangsorok és a megvizsgált hat nemzetközi benchmark példa segítségével a következő fejezetben kísérletet fogunk tenni arra, hogy megfogalmazzuk egy jól működő „negyedik generációs” egyetem keretfeltételeit, modellt készítsünk arról, hogyan is kellene kinéznie egy ilyen típusú intézménynek, milyen pillérekkel és jellemzőkkel kellene rendelkeznie a siker érdekében, korunk kihívásainak, a helyi gazdaság és társadalom igényeinek megfelelően.

4. Kísérlet egy sikeres „negyedik generációs” egyetem keretfeltételeinek megadására

Jelen fejezet az elméleti alapok és a harmadik fejezetben vázolt egyetemi rangsorok és nemzetközi benchmark példákából levonható következtetések segítségével kísérletet tesz arra, hogy meghatározza, hogyan is kellene kinéznie egy jól működő „negyedik generációs” egyetemnek. Igyekszünk megadni a sikeresség keretfeltételeit, megpróbáljuk modellezni, hogyan értelmezhető a globális-lokális paradoxon egyetemi dimenzióban, elkészítjük a „negyedik generációs” egyetem rombusz-modelljét, valamint a Triple Helix modellt is újraértelmezzük mindezek fényében.

4.1. Globális-lokális paradoxon egyetemi kontextusú értelmezése

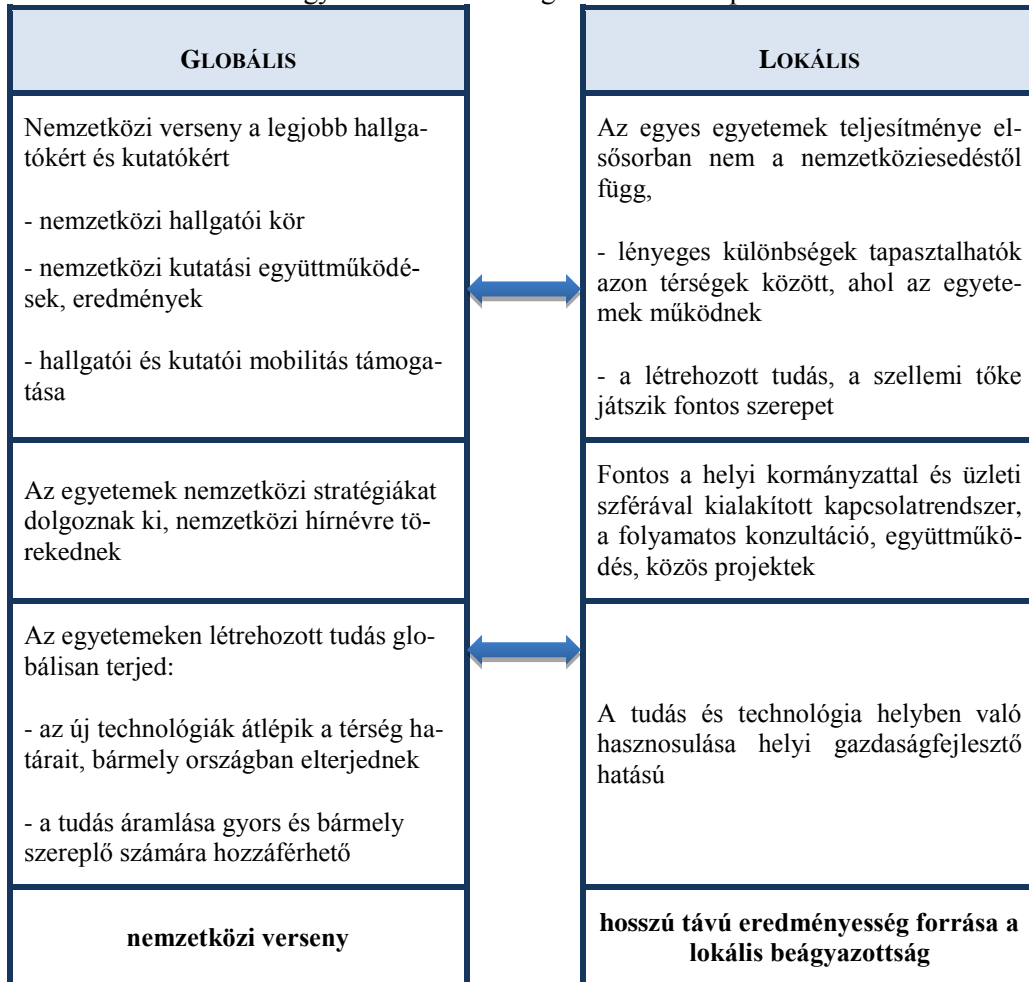
A globális-lokális paradoxont vizsgálva párhuzam vonható a vállalatok és a felsőoktatási intézmények között. A fejlett gazdaságokban megfigyelhető, hogy az egyetemek szintén nemzetközi sikereket érnek el, nemzetközi hallgatói körük van, nemzetközi kutatási eredményekkel rendelkeznek, emellett azonban rendkívül szorosan kapcsolódnak a helyi gazdasághoz, a helyi gazdaság és társadalom motorjaiként írhatóak le. Legfőbb törekvésük, hogy a nemzetköziesedés mellett a lehető legnagyobb mértékben kiszolgálják a helyi gazdaság és társadalom támasztotta igényeket. Egy sikeres „negyedik generációs” egyetem már a helyi gazdaság és társadalom motorjának számít, igen nagymértékben kielégíti az ott keletkező igényeket, sőt, maga teremti meg környezetét. A következő ábrán összefoglaltuk, véleményünk szerint hogyan néz ki az egyetemi kontextusú globális-lokális paradoxon (1. ábra).

Az egyetemi kontextusú globális-lokális paradoxon első fontos megállapítása, hogy a felsőoktatási intézmények globális versenyt folytatnak a legjobb hallgatókért és kutatókért. A fejlett gazdaságokban már igen számottevő a nemzetközi hallgatói kör, valamint a nemzetközi kutatási eredmények száma. Stratégiáikat is ennek jegyében fogalmazzák meg, melyben igen hangsúlyos szerepet kap a nemzetközi elismertségre, hírnévre való törekvés. Az egyetemi rangsorok is tevékenyen hozzájárulnak az egyetemekről kialakult képhez, mely fontos az intézmények számára a legjobb hallgatókért és kutatókért folytatott verseny szempontjából.

E számos külföldi egyetem víziójának és missziójának áttekintése után egy modern, sikeres egyetem küldetése a következőképpen nézhet ki: Az egyetem missziója, hogy nemzetközileg elismert, elit egyetemenként hozzájáruljon a nemzeti és globális jóléthez, jobba tegye a világot oktatási, kutatási funkciója, innováción és vállalkozáson keresztül, valamint gazdasági és társadalmi értéket teremtsen országának lakói számára.

Ez a küldetés-megfogalmazás magában foglalja az egyetemek általános törekvését, vízióját, hogy a legjobb felsőoktatási intézmények közé tartozzanak. A nemzetközi elismertség a határokon túli piacokra lépést is magában foglalja. Fontos tehát, hogy egy „negyedik generációs” egyetem nemzetközi piacokon mozogjon, globálisan gondolkodjon. Lényeges a jólét, az életszínvonal növelése, tehát egy modern egyetem vállalja fel azt a funkciót, hogy értéket teremtsen a világ számára, mellyel élhetőbbé teszi azt.

1. ábra Egyetemi kontextusú globális-lokális paradoxon



Forrás: saját szerkesztés

A legtöbb tanulmányozott egyetem nagyban támogatja a hallgatói mobilitást. Ehhez az intézményeknek jelentős nemzetközi kapcsolati hálóval kell rendelkezniük, mely által biztosíthatnak diákjaik számára mobilitási programokat megfelelő anyagi támogatással, ugyanakkor nyitottnak kell lenniük külföldi hallgatók fogadására a világ bármely tájáról. Számos megvizsgált külföldi egyetem a kutatások területén is kialakított nemzetközi kapcsolatokat, és támogatja a kutatói mobilitást. A kutatásnak is nemzetközi piacra kell tehát lépnie, növekednie kell a kutatások határon átnyúló finanszírozásának. Ennek segítségével a kutatók tanulhatnak egymástól, új, hasznos ötletek születhetnek, növelhetik munkájuk hatékonyságát, valamint

költségeiket is megoszthatják. A legjobb kutatókat kell az egyetemhez vonzani és ott tartani, építeni kell a kutatók egyéni ötleteire, támogatni kell az áttörő kezdeményezéseket.

A paradoxon globális oldalára még az is jellemző, hogy az egyetemeken létrehozott tudás globálisan terjed. Az új ismeretek, technológiák átlépik a térség határait, és szinte bármely országba eljutnak. A tudás áramlása gyors és bármely szereplő számára hozzáférhető. Magyarországon ezzel szemben éppen az az egyik legnagyobb probléma, hogy ezek, az egyetem létrehozott technológiák nem maradnak helyben, hanem elhagyják a térséget, így nem tudják fejleszteni a helyi gazdaságot.

Számos egyetem elszigetelten működik a helyi gazdaságtól, társadalomtól, munkaerőpiactól, így egyáltalán nem indukálják ezek fejlődését. Ahhoz, hogy a felsőoktatási intézmények tartós előnyökre tegyenek szert, lokális beágyazottságra van szükség. A létrehozott tudás, a szellemi tőke játszik fontos szerepet, mégpedig ennek helyi szinten történő hasznosulása, az egyetem, a vállalkozói szféra és a kormányzat közötti tudástranszfer megléte a döntő.

Lényeges tehát az egyetem – ipar – kormányzat közötti kapcsolatrendszer, a folyamatos konzultáció, együttműködés. Egy „negyedik generációs” egyetemen a harmadik missziós célkitűzés megvalósítása teljesen magától értetődő, feladatai közé tartozik közvetlen környezetének jobbá tétele, a helyi gazdaság fejlesztése. Támogatja a térségben működő és induló vállalkozásokat, együttműködik az iparral és a kormányzattal, hozzájárul az adott régió versenyképességének növeléséhez. A gazdasági hatások kiváltása mellett a helyi társadalmi igényeket is a lehető legnagyobb mértékben kielégíti. Nem csak reagál a környezete által támasztott igényekre, hanem maga alakítja gazdasági és társadalmi környezetét.

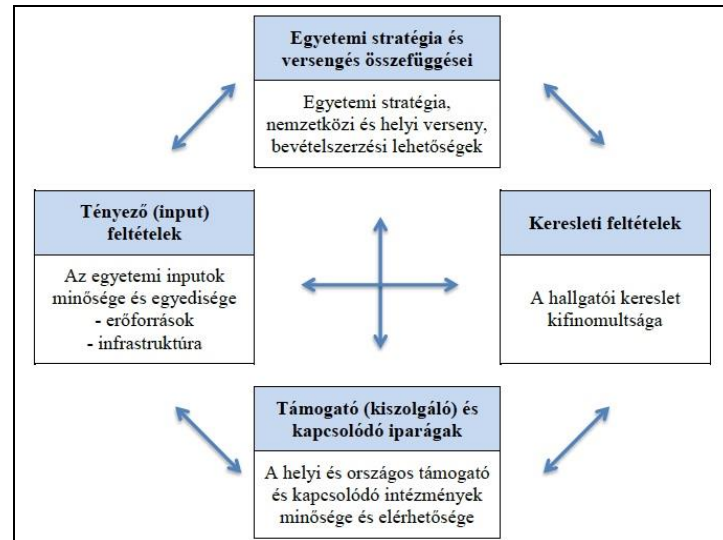
Az egyik legfontosabb a paradoxon lokális oldalán, hogy a létrehozott tudás és technológia helyben hasznosulása a helyi gazdaságra fejlesztő hatással bír. Lényeges tehát, hogy ezek a technológiák ne hagyják el a térséget, hanem a helyi vállalatok hasznosítsák őket, mellyel komoly versenyelőnyre tehetnek szert.

Összegzésképpen elmondhatjuk, hogy értelmezhető a globális-lokális paradoxon egyetemi kontextusban. Az egyetemek nemzetközi sikerekre törekednek, megjelennek és versenyeznek a nemzetközi piacon, emellett ezer szállal kötődnek a helyi gazdasághoz és társadalomhoz. Tartós versenyelőnyeik a lokális térségben gyökereznek, a lokális beágyazódás játszik döntő szerepet sikerességük szempontjából.

4.2. *A modern egyetemek rombusz modellje*

Porter modelljét megvizsgálva arra a következtetésre jutottunk, hogy az egyetemek sikerét is számos determináns határozza meg, melyek osztályozása párhuzamba állítható a vállalatok iparági versenyelőnyeit meghatározó tényezők csoportosításával. Ezek alapján megvizsgáljuk, hogyan értelmezhető a rombusz modell négy determinánsa egyetemi kontextusban, mely logikát a következő ábra szemlélteti (2. ábra).

2. ábra Az egyetemek rombusz modellje



Forrás: saját szerkesztés

A *tényező feltételek* ebben az esetben is olyan erőforrásokat és infrastruktúrát jelentenek, melyekre az intézmény a verseny során támaszkodhat. Az egyetemek esetében elsősorban a humán erőforrásnak és a tőkének van kiemelt szerepe. Jelentős versenyelőnyt jelenthet ugyanis többek között olyan kutatók, doktorok alkalmazása, akik nagy mennyiségű és kiváló minőségű publikációt és kutatási eredményeket tudhatnak magukénak, illetve olyan oktatók, akik mind oktatási, mind publikációs tevékenységüket tekintve elismertek. A tényező feltételek másik nagy csoportja az infrastruktúra. Nagyon fontos, hogy a felsőoktatási intézményekben jól kiépült internetes hálózat működjön, amely segíti a gyors információáramlást. A kutatások szempontjából elengedhetetlenek a korszerű berendezések, melyek beszerzése szintén komoly tőkét igényelhet.

A *keresleti feltételek* az egyetemek esetében elsősorban a hallgatói kereslet takarják. Egy sikeres, magas hozzáadott értéket nyújtó egyetem számára különösen fontos, hogy magas színvonalon történjen mind az oktatás, mind a kutatás, mind a harmadik missziós tevékenységek. A legjobb hallgatókat és kutatókat kell az intézményhez vonzania és meg is kell őket tartania. Mindehhez magas minőségű szolgáltatásokat kell nyújtania, hogy kialakulhasson egy kifinomult hallgatói kereslet. Bár a vállalatok esetében a keresleti feltételek esetében elsősorban a minőség fontos, nem a mennyiség, az egyetemek esetében a mennyiség is döntő szempont, hiszen a magas minőség biztosítása mellett meg kell lennie a kritikus tömegnek is. Keresleti szempontból fontos a külföldi hallgatók megcélzása is.

A *támogató és kapcsolódó iparágak* egyetemi kontextusban azokat a partnereket jelölik, amelyek az egyetem sikeréhez hozzájárulnak. Ilyen kapcsolódó partne-

rek lehetnek az üzleti szféra azon vállalatai, melyekkel az egyetem pl. közös projektekben vesz részt. Ez a kapcsolat előnyös mind az adott vállalat, mind az egyetem számára, utóbbi plusz pénzügyi forrásokhoz is jut az együttműködés révén. Támogató partnerek lehetnek belföldi és külföldi egyetemek is, melyek ugyan azonos piacon vannak jelen, de kölcsönösen előnyös lehet az együttműködés (pl. mobilitás, vagy közös kutatási projektek szempontjából).

Az egyetemi stratégia és verseny összefüggéseivel kapcsolatban elmondható, hogy egy-egy egyetemi stratégia nagymértékben hozzájárulhat az adott térség versenyképességéhez. Az egyetemi stratégiáknak úgy kell kinézniük, hogy illeszkedjenek a helyi térség igényeihez, sajátosságaihoz, azokhoz rugalmasan alkalmazkodniuk kell a tartós siker érdekében.

Definiálható tehát egy modern egyetem rombusz modellje, amely Porter rombusz modelljének logikáját követve nevezi meg azokat a tényezőket, melyek az egyetemek tartós versenyelőnyeinek forrásai lehetnek.

4.3. *A Triple Helix modell újraértelmezése, kiterjesztése*

Az egyetemek az oktatás során szakképzett munkaerőt képeznek, a kutatás során új lehetőségeket teremtenek. A két tevékenységben mégis az a közös, hogy outputjaikkal a jelen igényeihez igazodva egyben a jövőt is formálják (Boulton – Lucas 2011). Hosszú ideje ezt teszik, azonban napjainkban a korábbinál jóval nagyobb figyelmet szentelnek az egyetemek tevékenységének. A globális felsőoktatási rangsorok jegyzik, mérik, pontozzák tevékenységeiket és sikereiket. Benchmark példákön keresztül más egyetemek számára nyújtanak kiváló gyakorlati példát. A háttérben a globalizációs folyamatok állnak, valamint a korábban már említett tény, hogy az egyetemek egy lokális térségben működnek, mégis globális szinten versenyeznek egymással. Az egyetemi stratégiák, az oktatás, valamint a tanulási folyamatok ösztönzése már az Európai Unió keretein belül sem a háttérintézkedések közé tartozik, hanem kiemelt prioritásként kezelik.

A Triple Helix modellben az egyetemeknek alapértelmezett esetben is kiemelt szerepe van. Azonban a szerepkörök, melyeket az egyetemek képviselnek, napjainkban folyamatosan felértékelődnek. Emellett ki kell emelnünk azt a tény, hogy a tudásalapú gazdaság létrehozása és fenntartása, valamint a tudásteremtés folyamata akadozna az egyetemek tevékenysége nélkül. Azt se felejtjük el, hogy amerikai és európai tanuló régió szemléletmódjából is kiragadhatóak egy tudásteremtő intézmény – az egyetem – prioritásban élen járó ismérvei. Arra teszünk kísérletet, hogy a helyi gazdaságot jelenítsük meg a negyedik spirálként, így egy más szemszögből le tudjuk képezni lokálisan az egyetemek és a másik két szereplő szerepét.

A korábbi gazdasági berendezkedésekre jellemző, hogy a Triple Helix szereplői egymástól élesen elszeparált tevékenységi körben működtek a helyi gazdaságban. Mára ezzel szemben egy olyan tendencia figyelhető meg, hogy a szereplők rengeteg

szállal kapcsolódnak egymáshoz jóval inkább közvetlen, mint közvetett módon. Azt is mondhatjuk, hogy váltás történik a laissez faire berendezkedésről a trilaterális berendezkedésre (Etzkowitz et al 2000).

Az egyetem három missziójának megjelenése a helyi társadalom és gazdaság szemszögéből is kiemelten fontos.

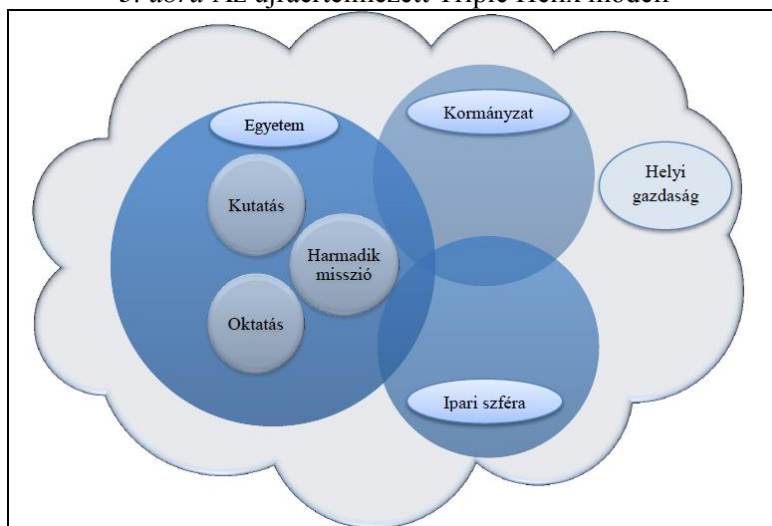
Az *oktatási* tevékenységet nem csupán úgy jellemezhetjük, mint az adott egyetem egyik fő tevékenységét, illetve indikátorát. Ha kissé absztrakt módon tekintünk rá, akkor az oktatási tevékenység lehet reakció is a helyi társadalom és gazdaság igényeire.

A *kutatási* tevékenység, illetve az innovációk szintén megjelenhetnek helyi versenyképességi tényezőként, azzal a feltétellel, hogy a létrehozott innováció a tér-ségben, így outputként a felhasználói oldalon is alkalmazásra kerül. A kutatási tevékenység folyhat a felsőoktatási intézményeken belül vagy akár olyan egyetemi kötődésű hibrid intézményekben is, melyek létrehozása az egyetem harmadik missziójához kapcsolható.

Az egyetem *harmadik missziója* tekintetében nemcsak az egyetemi stratégiai dokumentumok, hanem ugyanúgy a nemzeti vagy éppen az Európai Unió stratégiai is mérvadóak. A top-down irányú elméleti kezdeményezések gyakorlati elősegítői, közreműködői a regionális fejlesztési ügynökségek. Azonban a legoptimálisabb az lenne, ha a kezdeményezések nem stratégiához lennének kötve, hanem a gazdaság által, „láthatatlanul”, vagy akár bottom-up módon lennének vezérelve.

Az általunk felvetett súlyponti eltolódások és új megközelítések vizuális reprezentálása végett létrehoztuk az újraértelmezett Triple Helix modell ábráját (3. ábra). Az újraértelmezett Triple Helix egyetemi dimenziójába abból a megfontolásból jelenítettük meg az egyetemek három misszióját, miszerint ezek kulcstényezők a rangsorok és a benchmark példák alapján is. A negyedik spirálként integrált helyi gazdaságot pedig egy felhőként jelenítettük meg. Ez az elképzelés több olyan tényezőn alapul, melyet párhuzamba állítottunk a helyi társadalommal. A helyi társadalmat mindenképpen úgy kívántuk megjeleníteni, mint egy virtuális teret mely túlnyúl az egyetem-kormányzat-ipari szféra hármasságán. A helyi gazdaság – akár csak a mozgásban lévő felhő – határaival nem egyértelműen megadható, továbbá folyamatosan változó, dinamikus tényezőként van jelen.

3. ábra Az újraértelmezett Triple Helix modell



Forrás: saját szerkesztés

4.4. Kísérlet egy modern, „negyedik generációs” egyetem építőköveinek megadására

Modellünk jellegzetessége, hogy egyrészt rendszerbe foglalja és szemlélteti globális felsőoktatási rangsorok, valamint a nemzetközi benchmark példák alapján kikövetkeztetett sikerességi faktorokat, másrészt a harmadik fejezetben újraértelmezett ismert modelleket egyetlen ábrán foglalja össze. Az általunk felépített struktúra egy lokális térségben foglal helyet. Ez az elképzelés párhuzamba hozható az előző fejezetünkben kiterjesztett Triple Helix modell negyedik spiráljával. A helyi gazdaságba és társadalomba való beágyazódás ugyanis egy modern egyetem sikerességének szükséges, de nem elégséges előfeltétele. Virtuális egyetemi modellünk alapját az általunk egyetemi kontextusba áthelyezett rombusz modell képezi. Ez alapozza meg az egyetem hatékony működését, egészen az egyetem fenntarthatóságát és rentabilitását biztosító pénzügyi forrásoktól kezdve a magasan kvalifikált humán erőforrásokon át az infrastrukturális keretekig.

Az alapon álló két pillér az egyetemek klasszikus funkcióinak tekinthető oktatás-kutatás, valamint a harmadik misszió. Ez a logika a második fejezetünkben kifejtett egyetemi rangsoroknak és nemzetközi benchmark példáknak felel meg. E két oszlopban kapnak helyet az általunk legjelentősebbnek vélt azon építőkövek, melyek az egyetem eredményes működését segítik elő abban az esetben, ha azokat a működési keretbe integrálják.

Az oktatási és kutatási pillér és a harmadik missziós pillér modellünkben egyaránt 4-4 építőkőből áll össze. Fontos megemlíteni, hogy az építőkövek az egyes pilléreken belül nem hierarchikus felépítésűek.

Az oktatási és kutatási pillér első építőkőve a *mobilitás*. A mobilitáson belül pedig beszélhetünk *hallgatói és kutatói mobilitásról* egyaránt. A nemzetközivé válással összefüggésben egy „negyedik generációs” egyetemnek nagyban támogatnia kell a hallgatói mobilitást. Jelentős kapcsolati hálóval kell rendelkeznie, mely által biztosíthat diákjai számára mobilitási programokat megfelelő anyagi támogatással, ugyanakkor nyitottnak kell lennie külföldi hallgatók fogadására is a világ bármely tájáról.

A pillér második eleme a *képzési portfólió*, mely számos tényezőt foglalhat magában, mint például *BA/Bsc, MA/Msc, PhD képzések, felnőttképzés, felzárkóztatási programok, valamint a képzésfejlesztés*. A humán tőke felértékelődésével az egész életen át tartó tanulás jegyében már az általunk megvizsgált külföldi egyetemek is nagymértékben nyitottak a felnőttképzés felé, ezen belül is nagy arányban a már dolgozó felnőttek. A képzési portfólió tekintetében két szélsőséges eset fordulhat elő, ezek pedig a „pull” és „push” megközelítések. Pull megközelítés alatt azt értjük, hogy a kereslet adott, így a képzési kínálat a kereslethez igazodik. Push megközelítés alatt pedig éppen ennek ellentétét értjük, vagyis az intézmény teremt keresletet a képzési kínálathoz.

A pillér harmadik eleme az *innováció*. Napjaink állandóan változó világában elengedhetetlenek az új ötletek, megoldások vállalkozások sikereinek zálogai lehetnek. A kiváló kutatás és állandó innovációs tevékenység által az egyetem bekapcsolódhat a térség vállalatainak támogatásába, fejlesztésébe. Ehhez a kutatócsoportok és az ipari, vállalkozói szféra együttműködésére van szükség. Itt látható, hogy modellünk oktatási-kutatási pillére kapcsolódik a harmadik missziós pillérhez, hiszen az innovációs tevékenység az maga a folyamat, melynek outputja az intézmény környezetében hasznosulhat.

Az oktatási és kutatási pillér negyedik, egyben utolsó építőkőve a *paraméterek és teljesítmények*, melyek a globális felsőoktatási rangsorok által alkalmazott mutatók bármelyikéhez kapcsolódhatnak (pl. idézettség, K+F bevételek, doktori fokozatok száma, stb.).

A következőkben modellünk második pillérjének építőköveit ismertetjük.

A harmadik missziós pillér első építőkőve a *transzferek*. Ezen belül megkülönböztethetjük a tudástranszfert, illetve a technológiatranszfert. A tudástranszfer megközelítése esetünkben a tacit (azaz hallgatólagos) tudásra, míg a technológiatranszfer a kodifikált tudásra, információáramlásra irányul.

A pillér második építőkőve a *kapcsolatok*, melyen belül megkülönböztethetünk belső és külső kapcsolatokat. Belső kapcsolatok alatt főként a hazai szinten (nemzetgazdasági szinten) értendő ipar-kormányzat-egyetem kapcsolatrendszeréről beszélünk (Triple Helix modell). Míg külső kapcsolatok alatt a nemzetközi hálózat-építést vagy együttműködéseket értjük szintén az ipar-kormányzat-egyetem szintjén.

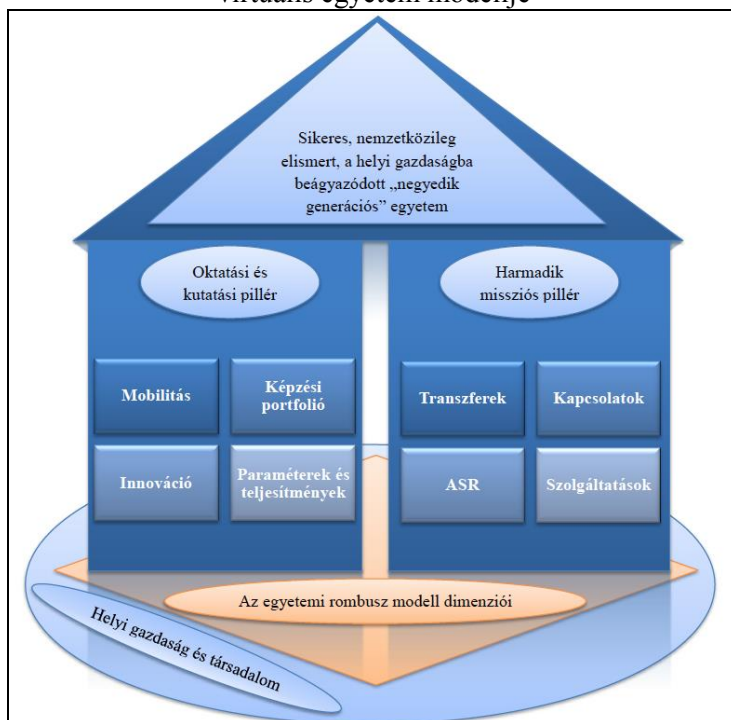
Egy modern egyetem számára előnyös lehet az, ha együttműködést kíván kialakítani mind az üzleti szférával, mind a helyi szervekkel.

Pillérünk harmadik építőköve az *ASR*, mely az adaptív struktúra és rendszer mozaikszava. Ezt úgy definiálhatjuk, mint egy olyan rugalmasan alkalmazkodó szervezeti felépítést az intézmény tervezése-szervezése-vezetése-ellenőrzése szempontjából, mely felismeri, hogy hogyan tudna leghatékonyabban működni az egyetem az adott lokális térségben.

A harmadik missziós pillér negyedik építőköve a *szolgáltatások*, mely alatt új bevételszerzési lehetőségek nyílnak az egyetemek számára, emellett az intézmény hozzájárulhat a helyi gazdaság fejlesztéséhez, induló és működő vállalkozások fejlesztésének támogatásához, itt gondolunk például az egyetemek tanácsadási tevékenységére (pl. pályázatírás).

Mindezek alapján jelen fejezetünkben megpróbáljuk felvázolni egy sikeres, modern „negyedik generációs” egyetem építőkövetit. Kísérletet teszünk arra, hogy modellezzük, hogyan is kellene felépülnie egy modern, kortárs szemléletmódú „negyedik generációs” egyetemnek. Elképzeléseink a következő modellben öltönek testet (4. ábra).

4. ábra Egy nemzetközileg sikeres, a helyi gazdaság és társadalom igényeit kielégítő virtuális egyetem modellje



Forrás: saját szerkesztés

Virtuális modellünk építőköveinek legfelső eleme az egyetemi stratégiai célt szemlélteti, vagyis annak elérését, hogy maga az egyetem nemzetközileg is elismert, a helyi gazdaságba integrálódott „negyedik generációs” egyetemmé váljon. A modern egyetemek víziója a nemzeti és globális jólét elérése és fenntartása az imént vázolt építőelemek megvalósításán keresztül. A sikeres, nemzetközileg elismert, a helyi gazdaságba beágyazódott „negyedik generációs” egyetem, mint vízió a „Mit?” kérdésre válaszol, azonban a „Hogyan?” kérdés nyitott marad. Ezt úgy tudjuk feloldani, hogy a végső stratégiai célt minden esetben leképezzük az adott helyi gazdaság és társadalom sajátosságainak megfelelően, azaz az egyetemek által létrehozott hozzáadott értékeket a lokális térség adottságaihoz igazítva újrakonfiguráljuk. Tehát modellünk legfelső eleme egybefoglal statikus és dinamikus elemeket is.

Modellünk ismertetését a lokális gazdaságban elfoglalt hely fontosságának ismertetésével kezdtük és a globális szerepvállalás legalább ilyen fontos koncepciójával zárjuk, így az általunk egyetemi kontextusba helyezett globális-lokális paradoxon is helyet kap ábránkon. Ezen a virtuális egyetemi ábrán testesülnek meg a harmadik fejezetben újraértelmezett modellek.

5. Összegzés

Jelen tanulmány elsődleges célja az volt, hogy választ adjon a bevezetésben felvetett kutatási kérdésre, mely így szól: megadhatóak-e egy nemzetközileg sikeres, ugyanakkor a helyi gazdaság és társadalom igényeit a lehető legnagyobb mértékben kielégítő egyetem ismérvei? Másképpen fogalmazva: feloldható-e az egyetemi kontextusú globális-lokális paradoxon?

A regionális gazdaságtan területén már jól ismert modelleket arra használtuk fel, hogy kísérletet tegyünk egy olyan virtuális egyetem „prototípusának” megalkotására, mely magában foglalja mindazon tulajdonságokat, amelyek a különböző szempontrendszer szerint sikeressé tehetnek egy egyetemet. Az általunk létrehozott keretrendszer egy ábrán reprezentálja mindhárom, általunk újraértelmezett modellt.

Felvetett kutatási kérdésünkre az a válasz fogalmazható meg, hogy megadhatóak egy nemzetközileg sikeres, emellett a helyi gazdaság és társadalom igényeit a lehető legnagyobb mértékben kielégítő egyetem ismérvei, azaz a globális-lokális paradoxon feloldható. Ezek az ismérvek nem abszolút faktorként kezelendők, csupán a sikeres működés elemeiként értelmezhetők. Fontos újra kihangsúlyoznunk, hogy modellünk sokkal inkább egy keretrendszer, mint módszer. A leoptimalisabb megoldást minden esetben az általunk vázolt keretrendszer alapján a helyi gazdaság és társadalom igényeit és szükségleteit figyelembe vevő alkalmazásmód nyújthatja.

Felhasznált irodalom

- ARWU (2012): *Ranking Methodology*. <http://www.shanghairanking.com/ARWU-Methodology-2012.html>. Letöltve: 2012. 09. 24.
- Aston University (2010): *Forward 2020. A Strategy for Aston University*. Birmingham, <http://www1.aston.ac.uk/about/strategy/>. Letöltve: 2012. augusztus 10.
- Boulton G. – Lucas C. (2011): What are universities for? *Chinese Science Bulletin*. August 2011, Volume 56, Issue 23, pp 2507-2517. <http://link.springer.com/article/10.1007/s11434-011-4608-7?LI=true>. Letöltve: 2012. 10. 28.
- Etzkowitz, H. (2008): *The Triple Helix: Industry, University, and Government in Innovation*. Routledge. New York.
- Etzkowitz, H. – Webster, A. – Gebhart, C. – Terra, B. R. C (2000): The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*, 2, 313-330. o.
- Kozma T. (2010): Tanuló régiók. In: Fenyő I., Rébay M: *Felszántatlan területeken*. Csokonai kiadó, Debrecen, 217-234. o.
- Lengyel B. (2004): Egyetem – gazdaság – kormányzat együttműködése: a Triple Helix modell a gyakorlatban. In Lengyel I. (szerk.): *A Szegedi Tudományegyetem lehetőségei a tudáslapú helyi gazdaságfejlesztésben. Kutatási háttéranyagok V. kötet. K+F és egyetemek az Európai Unióban*. Szeged, 1-31. o.
- Lengyel I. (2010): Regionális gazdaságfejlesztés: Versenyképesség, alulról-szerveződés, klaszterek. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Lukovics M. (2010): *Az egyetemek lehetséges szerepe a régiók versenyképességének javításában*. Kézirat, SZTE GTK Szeged.
- Majó Z. (2011): *Úton a harmadik generációs egyetem felé a Szegedi Tudományegyetemen. Megalapozó tanulmány az „SZTE jelenlegi ipari kapcsolatait” munkához*. Szeged.
- Morgan, K. (1997): The learning regions: institutions, innovation and regional renewal. *Regional Studies*, 5, 491-503. o.
- Németh B. (2006): A tanuló régió szerepe az egész életen át tartó tanulás megvalósításában. *Új pedagógiai szemle*, 6, 72-82. o.
- Oregon State University (2009): *Strategic Plan 2009-2013*. Corvallis, <http://oregonstate.edu/leadership/strategic-plan>. Letöltve: 2012. szeptember 2.
- Pawlowski, K. (2009): The ‘Fourth Generation University’ as a Creator of the Local and Regional Development. *Higher Education in Europe*, 1, 2009.
- Porter, M. E. (1998): *On Competition*. The Free Press, New York.
- Porter, M. E (2008): *On Competition. Updated and Expanded Edition*. Harvard Business Review Book, Boston.
- QS (2012): *About QS. What is QS?* <http://www.topuniversities.com/content/about-qs>. Letöltve: 2012. 09. 24.

- RWoU (2012): *Methodology*. <http://www.webometrics.info/en/Methodology>. Letöltve: 2012. szeptember 15.
- SIR (2012): Scimago Institutions Rankings. *SIR World Reports 2012*. <http://www.scimagoir.com/index.php>. Letöltve: 2012. szeptember 15.
- THE (2012): *About Us. Who we are. What we do. Services offered*. <http://www.timeshighereducation.co.uk/hybrid.asp?typeCode=58&pubCode=1&navcode=103>. Letöltve: 2012. 09. 24.
- The University of Melbourne (2010): *Growing Esteem 2010*. Office of the Vice-Chancellor, Richmond, http://growingesteem.unimelb.edu.au/__data/assets/pdf_file/0003/322437/GrowingEsteem2010.pdf. Letöltve: 2012. augusztus 10.
- The University of Nottingham (2010): *Strategic Plan 2010-15*. Nottingham, <http://www.nottingham.ac.uk/about/documents/universityofnottinghamstrategicplan2010-15.pdf>. Letöltve: 2012. augusztus 10.
- University of Aarhus (2008): *Strategy 2008-2012. Quality and diversity*. Aarhus, <http://www.au.dk/fileadmin/www.au.dk/strategi/download/strategy2008-2012.pdf>. Letöltve: 2012. július 10.
- University of Southampton (2010): *Changing the World. The University Strategy*. Southampton, http://www.southampton.ac.uk/strategy/university_strategy.pdf. Letöltve: 2012. szeptember 3.
- URAP (2011): *Welcome to URAP 2011*. <http://www.urapcenter.org/2011/index.php>. Letöltve: 2012. szeptember 15.
- Wissema, J. G. (2009): *Towards the Third Generation University. Managing the University in Transition*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing