

Az előadó felvezetésként tipikus kérdéseket tett fel, amelyeket általában a startup-ok kapcsán szoktunk hallani:

- Ki szeretne később nagyon jó csapatban dolgozni? (fiatalos rugalmas)
- Ki az, aki szeretne nagyon innovatív, formabontó környezetben dolgozni, ahol lehet babzsákfotelokból laptopon dolgozni, földön ülve ötletelni?
- Ki az, aki örülne annak, ha a munkahelyére kutyát is be lehetne vinni, vagy bármilyen állatot?
- Ki az, aki örülne, ha a munkahelyén lenne egy csocsóasztal, amit bármikor lehet használni?
- Ki az, aki szeretné magát folyamatosan boldognak érezni munka közben később?

Ezután megtudtuk, hogy ezek azok a tévhitek, amelyek általában a startupokat övezik. A startup egy mitikus dologként van jelen a köztudatban, sokan azt gondolják, hogy ez egy nagyon idilli világ, és egy nagyon idilli karrierlehetőséget jelent, ahol az ember mindig azt csinálhatja, amit igazán szeret. Természetesen ez ebben a formában nem igaz, de ettől függetlenül nagyon sok értéket és nagyon sok örömet tartogat ez a világ.

Sajnos az a tapasztalat, hogy az induló innovatív vállalkozások 90-95%-a nem jut el a célba. Akármennyire nagy lendülettel, akármennyire ígéretesen indul is el. Hozzá kell tenni azt is, hogy 30-40 százalékuk nagyon lassan növekvő céggént tovább működik és fenn is maradhat, de több mint a felük általában eltűnik. Talán ezzel a számmal lehet jól megragadni azt a különbséget, ami a startupokkal kapcsolatos idilli elképzelés és a valóság között van. De ne feledjük a sikereket sem: a Google, az Instagram, a LinkedIn, a Prezi is startupként kezdte.

A startup cégek világának megértéséhez érdemes megvizsgálni az alkalmazotti és a vállalkozói létforma közötti különbségeket. Bár sok mindenben hasonló a két terület, és első látásra talán nem is látszik a különbség, viszont ha egy kicsit mélyebben belemegyünk, akkor sok eltérést fedezhetünk fel a két életstílus között. Vonzó lehet az az elképzelés, mely szerint a vállalkozó saját magának osztja be az idejét. Ez azonban éppen annyi előnnyel jár, mint hátránnyal. Ugyanis amikor magunknak osztjuk be az időnket, hajlamosak vagyunk azt gondolni, hogy az is beletartozik, ha este 8-kor vagy hétvégén elővesszük a laptopot. Veszélyes, ha az ember nem tud magának pihenőidő-sávot kiszabni, hiszen ha mindig csak dolgozunk, az kiégéshez vezethet, ami pedig szintén akadályozó tényező. A következő téma a felelősség. Alkalmazottként is vállal az ember felelősséget az elvégzendő munkák minőségéért, viszont van fölötte valaki, aki igazából a fő felelősségvállaló, és bármilyen nagyobb probléma esetén vállalja a kockázatot. Vállalkozóként bármit elrontunk, az a mi felelősségünk, és számunkra jelent problémát. A munkatársakkal kapcsolatban elmondható, hogy amikor vállalkozóként megbízok valakit egy feladattal, és ő alvállalkozóként dolgozik nekem, akkor tulajdonképpen én vállalom felelősséget az ő munkájáért is. Munkatárs az is, aki alkalmazottként bekerül egy szervezetbe, akkor adottak a körülmények, és eldöntheti, hogy beilleszkedik a csapatba, vagy kívülállóként megpróbál valahogy ellávozni a különböző munkahelyi csoportok között. Azt se felejtjük el, hogy vállalkozóként mi válogatjuk meg a munkatársainkat. Fizetés tekintetében ígéretesebbnek tűnik a vállalkozó lét, mert ott nem osztódik a profit, és nem valaki más szabja meg számunkra, hogy mennyi lesz a hó végi fizetésünk. Viszont vele együtt vállaljuk azt is, hogy egy gyengébb hónapban sokkal kevesebb a bevételünk, azaz nekünk kell vállalni a rizikót. Alkalmazottként előírja a törvény, hogy van 20 db szabadnapunk egy évben, és úgy gazdálkodunk vele, ahogy szeretnénk. Vállalkozóként annyi szabadnapunk van, amennyit szeretnénk, viszont ha nem dolgozunk, akkor nincs munka, nincs eredmény és fizetés, tehát

felelősséggel jár a szabadnapok kezelése. Mindkét létformával együtt jár az adminisztráció. Vállalkozóként pozitívum, hogy mi döntjük el, hány munkatársunk legyen, milyen óraszámban és milyen óraszámban dolgozzanak nekünk, viszont ha például a könyvelőnk elfelejt valamit bejelenteni a NAV felé, akkor annak a felelőssége vagy bírsága minket terhel.

Érdekes kérdés a témában a munka, a család és a magánélet egyensúlya. Vállalkozóként sokkal könnyebb belecsúszni abba, hogy munkaidő vagy klasszikus munkaidő után is foglalkozunk a vállalkozásunk építésével. Alkalmazottként pedig fontos számolni azzal, hogy bizonyos esetekben a munkáltató szabja meg azt, hogy hogyan gazdálkodunk a szabadidőnkkel. (Például egy évvégi zárás kapcsán akkor is túlóráznunk kell, ha nem úgy képzeltük el az aznapi „work-life balance”-ot). Nagyon különbözik a jövőkép tervezése a két létformában: alkalmazottként építhetjük a karrierünket sokféle technikával, vándorolhatunk egyik állásból másik állásba, alkalmazottból vállalkozóvá válhatunk. Ezzel szemben vállalkozóként a saját üzleti tervünket írjuk meg és saját üzleti modellünket alakítjuk ki.

Ha van bárkinek bármi olyan elfoglaltsága, amit szabadidejében végez, nagyon szeret és piacképesnek gondolja, akkor egyéni vállalkozóként foglalkozhat ezzel a tevékenységgel. Főállás mellett is van lehetőség egyéni vállalkozásra, nagyon egyszerű szabályozás és adózás vonatkozik rá. Lehet ez a kezdet, amikor a biztos munkahely mellett építjük az egyéni vállalkozásunkat. A következő lépés egy klasszikus vállalkozás alapítása, amikor már konkrét tevékenységeket végzünk, munkavállalókat veszünk fel, szerepeket osztunk ki, stb..

Ezután az előadó állatokhoz kapcsolódó kategóriákban mutatta be a vállalkozás típusait. Egér típusú vállalkozásoknak nevezzük azokat, amelyek egész kicsi mikrovállalatok. Elefánt vállalatok a 300 fő fölötti nagyvállalatok, amelyek nem töltenek be nagyon fontos szerepet munkahelyteremtés szempontjából, mert nem jellemzi őket óriási nagy növekedési potenciál. A következő a gazella. Ezekre a típusú vállalkozásokra általában ez jellemző, hogy nagyon sérülékenyek, nagyon sok kockázattal jár az elindításuk, viszont hogyha bejön a tervünk, akkor nagy sikereket lehet elérni.

Ebbe a gazella csoportba három típusú vállalatot sorolhatunk:

- a startup - ezek tudásintenzív nagy növekedési potenciállal járó vállalkozások,
- a spin-off vállalkozásokat úgy kell elképzelni, mint a Jóbarátok sorozat esetében a Joey sorozatot, tehát egyfajta mellékterméke egy innovációs folyamatnak. Ha a Debreceni Egyetem csinál egy kutatási projektet, és annak eredményeképpen kitalálnak valamit, ami startupként menedzselhető vagy továbbvihető, akkor az egy spin-off vállalkozás.
- a scale-up egy egészen új kifejezés ezen a területen belül. Azokra a vállalkozásokra, startup vállalkozások utal, amelyek már a nemzetközi piacra lépésre készen állnak.

A startup fogalma gyakran kapcsolódik össze az innovációval, ami nem véletlen, hiszen gyakran egy innovatív ötlet alapján jön létre egy startup cég. Az innováció nagy gazdasági potenciállal bír, és ezáltal a startup is. Új munkahelyeket is, amint megindul a cég növekedése. Érdemes megemlíteni itt a „teremtő rombolás” fogalmát, amely azt jelenti, hogy ha valamilyen új dolog, valamilyen innováció létrejön, akkor ez valamit háttérbe szorít, rombol, eltünteti. A startup-ok gyakran ösztönzik a kutatás alapú innovációs rendszert, hiszen az innovációra épülnek. Általában a legtöbb startupper vagy innovátor tehetséges is, így a startup cégek közvetetten a tehetséggondozásban is részt vesznek. Azonban a legtöbben nem csak a tehetségük miatt érvényesülnek, hanem a szorgalomnak és a befektetett munkának köszönhetően lesznek sikeresek. Segíthet a startup leszámolni a hagyományos vállalkozással kapcsolatos előítéletekkel, és segít a proaktivitás értékének terjesztésében, ami által az emberek kicsit határozottabban tudnak megnyilvánulni bizonyos dolgokban többet kezdeményeznek.

A startupok magyarországi definíció szerint maximum 3 évesek, tehát minden esetben fiatal vállalkozások. Maximum 2-20 alkalmazottjuk van. Előző évben százmillió forint alatti bevétellel rendelkeznek, tehát még nem sikeres vállalkozások, és kockázati tőkealap kezelő által nem támogatott vállalkozások. Ez azért fontos, mert nagyon sok startup esetében egy idő után megjelenik valamilyen befektető. Gazdasági társaságban való részesedés nélkül működnek, megfelelnek az innováció feltételeinek és nincs adótartozásuk. Innováció alatt gondolhatunk minden olyan dologra, akár termékre, szolgáltatásra, munkafolyamatra, munkakörnyezetre, kultúrára, ami a korábbiaktól eltérő, vagy az adott környezetben belül más. A startup-ok gyakorlati szempontból olyan vállalkozások, amelyek sajátos munkakultúrával és nyelvezettel rendelkeznek. Ha valaki járatos ebben a világban vagy beszélgetett már olyannal, aki járatos, akkor találkozhatott azzal a sajátos startup-nyelvvél, amelyben érdekes, néha furcsa angol eredetű kifejezéseket használnak sok mindenre. A sajátos munkakultúra azt jelenti, hogy nem nyolctól négyig dolgoznak, általában nem régi poros és abszolút nem innovatív irodákban dolgoznak, hanem próbálnak olyan munkakörnyezetet teremteni, amiben az ember jól érzi magát. Nagyon sok startup alkalmaz munkakultúrát, munkakörnyezetet fejlesztő technikákat, például babzsákot vagy csocsóasztalt helyez el az irodában, viszont ennek nem az a célja, hogy a dolgozók azt érezzék, hogy egy játszótéren vannak, hanem az, hogy minél jobban szeressenek a munkahelyükön lenni, és ezáltal mindent többet tudjanak dolgozni. Másfajta ösztönző eszközöket alkalmaznak, mint egy hagyományos vállalat vagy egy bürokratikus intézmény.

Szinte minden esetben nagy kockázattal jár egy startup elindítása, hiszen a résztvevők általában olyan dolgot csinálnak, amit korábban mások nem, és nem lehet tudni, milyen lesz a kimenetel, vevő lesz-e a piac arra a szolgáltatásra, termékre, egyebekre vagy sem. Egy startup egyedi finanszírozással működik, ami azt jelenti, hogy a vállalkozásban dolgozók nem olyan formában kapnak fizetést, mint egy hagyományos vállalatban. Lehet, hogy a fizetés függ attól, hogy éppen hol tart a vállalat, vagy milyen befektetőket vonz. Az elején a startupok másképp tartják fenn magukat, mint egy hagyományos vállalkozás. Ott a vállalkozás előállít valamit, amivel pénzt keres a piacon, és azt osztja szét a dolgozói között, abból fejleszt, abból tartja fent magát. Egy startuptól, mivel egy olyan terméket vagy olyan szolgáltatást működtet, ami még nem termel profitot (hiszen még nincs is piacra bocsájtva), nincs meg ez a lehetőség. Ha megnézzük egy startup üzleti életciklusát, a korai fázisban van egy stagnáló időszak, utána ezt követheti egy csökkenő finanszírozási szakasz, ami később emelkedhet. Érdekes, hogy többféle finanszírozási forma képzelhető el egy startup esetében. Közösségi finanszírozásnak nevezzük, ha valakinek van egy jó ötlete, és másokat kér meg, hogy szponzorálja a projektjét. Ez jelentheti például a családok vagy a barátok támogatását. Ebben a kultúrában sokszor nevezik ezt a közösséget, csoportot úgy, hogy „family, friends and fools”, tehát a család, a barátok és a bolondok, akik hisznek az innovátor ötletében. Az adjukössze.hu nevű oldalt civil kezdeményezések finanszírozására használják, és sokan tudták már ezen keresztül megvalósítani az ötletüket. A második fázis az üzleti ciklusban a „halál völgye”: itt szoktak elbukni a startupok. Az ígéretes ötletet elkezdik a kitalálók fejleszteni, létrehozzák a terméket, a szolgáltatást, majd validálják, tesztelik és hitelesítik, de végül mégsem jön be a vállalkozás. Ilyenkor gyakran kiderül, hogy a termék nem piacképes, hogy olyan formában nem fenntartható, ahogy fent szeretnék tartani stb..

Ezután megtudtuk, ki lehet vállalkozó és startupper, milyen tulajdonságokkal rendelkeznie. Az első a nyitottság, az extraverzió, hiszen a karrierje során nagyon sok féle emberrel kell kapcsolatot teremteni és tartania, mint a lehetséges munkatársakkal, beszállítókkal, a piac képviselőivel, stb.. Fontos az öntudatosság, hogy az ember higgyen az álmában, az általa

kitalált dologban. Gyakori hiba, hogy valaki beleszeret a saját ötletébe, és egyszerűen nem tudja elengedni azt akkor sem, amikor kiderül, hogy az valójában nem piacképes. Egy jó startupper vagy egy született vállalkozó fel tudja ismerni azt, hogy hol kell abbahagyni, és utána újra talpra tud állni, és képes egy új dologba belekezdeni. Lényeges vállalkozói képesség a belső kontroll. A belső-külső kontroll arról szól, hogy az ember kit tesz felelőssé a dolgai alakulásáért. Ha valaki belső kontrollal beállítottágú, akkor úgy gondolja, hogy a saját sorsának alakulása saját magától függ. Ha ő sok mindent beletesz valamibe, sokat dolgozik valamin, akkor annak előbb-utóbb lesz eredménye, sikere. Míg a külső kontrollal emberek általában hajlamosak arra, hogy másokat hibáztassanak, azt mondják, hogy ebben a környezetben nem lehet vállalkozni, nem jók a szabályozási kritériumok és egyéb. Ennek persze lehet valóság alapja. Amikor egy ilyen körülmény áll fenn, akkor egy belső kontrollal ember megpróbálja a problémát önerejéből megoldani, míg egy külső kontrollal elengedi inkább, mert úgy gondolja, hogy a környezet nem teszi lehetővé azt, hogy lépjen. Egy másik megközelítés szerint a következő tulajdonságokkal kell rendelkeznie egy vállalkozónak:

- álomépítő az, aki rendelkezik valamilyen jövőről alkotott vízióval, reális képe van arról, hogy most hol tart, és hova szeretne eljutni a későbbiekben. Képes határozottan döntéseket hozni, majd ezeket végrehajtani.
- egy jó vállalkozó elkötelezett, és fontosnak tartja azt, hogy a célja megvalósuljon, és ezért nagyon sok mindent képes feláldozni, akár a baráti kapcsolatait vagy a családját, de persze ez nem „kötelező”.
- a megszállottság: ha valaki folyamatosan küzd a céljáért,
- a részletekre való odafigyelés, a precizitás,
- az önállóság, hiszen előfordul, hogy az embert éppen senki nem támogatja, és egyedül kell kitartani a célok mellett.

Jó, hogy ezeknek a tulajdonságoknak nagyon nagy része megtanulható, fejleszhető. Természetesen nagy előny, ha valaki gyerekkorától a szülői, családi környezetben azt látja, hogy valaki egy vállalkozást épít, menedzsel.

A tanulható tulajdonságok három csoportba oszthatók: ismeretek, készségek és attitűdök. Az ismeretek olyan gyakorlati dolgok, mint például a különböző vállalkozási típusok gazdasági működése, azokra milyen szabályok vonatkoznak, milyen pályázati lehetőségek vannak, és hogyan kell adózni. A vállalkozás menedzselése már inkább készség, és az önismeret fejlesztése is ide tartozik. Szintén vállalkozói készség az együttműködés, a kooperációs készség. Az attitűdök csoportjába sorolhatjuk harmadikként a kezdeményező-készséget, a proaktivitást, a motivációt, a cél iránti elkötelezettséget, az akaratot és az innovációt.

A startup világban „big five”-nek nevezik azt az öt faktort, aminek a vizsgálatával meg tudjuk nézni, hogy mi mennyire vagyunk jó startupper-ek, mennyire lehetnénk jó startup alapítók.

1. Az első az extravertió faktor, ami azt vizsgálja, hogy az egyén mennyire nyitott, mennyire képes másokkal kapcsolatot teremteni, hogyan tud közösségben viselkedni, mennyire tud beilleszkedni.
2. A kedvesség faktor azt mutatja, hogy az egyén mennyire rokonszenves. Ez nehezebben megfogható tulajdonság, mert alapvetően egy adottság, de nagyon fontos a vállalkozásindítás szempontjából.
3. A megbízhatóság faktor azt jelenti, hogy ha valaki bármilyen ígéretet tesz bárkinek – szolgáltatóknak, partnereknek –, azokat mennyire tartja be, mennyire tudja határidőre azt teljesíteni, amit vállalt a megállapodás során.

4. Az érzelmi stabilitási faktor a kiegyensúlyozottságot, a nyugodt munkavégzést foglalja magában. A reziliencia képességünk akkor jó, ha jól tudjuk kezelni a felmerülő stresszt.
5. Az új dolgok iránti nyitottság (faktor) azt mutatja, hogy az egyén mennyire tud új dolgokat befogadni, elfogadni.

Ezután az előadó néhány 2020-as statisztikai adatot mutatott be arról, hogy a megkérdezett startup alapítók miért vágtak bele a startup indításába. Látható, hogy 39 százalékuk azért kezdett bele, hogy megoldjon egy fontos problémát. 24 százalékuk pedig azért, mert jó cégnél, jó emberekkel, jó környezetben akar dolgozni. Azok, akik startuptól alapítanak, nagyon sok esetben rendelkeznek felsőfokú mesterdiplomával, a legtöbben a társadalomtudományi és a mérnöki területekről kerülnek ki. A következő vizsgálati szempont az volt, hogy a startupnál dolgozók korábban mit dolgoztak - Jelentős többségük kisebb cégnél volt. A következő szintén érdekes kérdés az volt, hogy éltek-e korábban külföldön. A legtöbben dolgoztak minimum három hónapot az országhatárokon kívül, tehát valószínűleg ott olyan plusz tudásra tudtak szert tenni, amelyet később be tudtak építeni a vállalkozásukba.

Paczári Viktória ezután Gémesi Zsolt idézetét bontotta ki: „A startup egy megismételhető és skálázható üzleti modell három emberrel: a vizionárius, az értékesítő és a földhöz ragadt (pénzügyes, operatív). Minél előbb és minél többet kell bukniuk, mert az az igazi tapasztalat.” A kutatások is azt mutatják, hogy ez a három terület, amelyet a legcélszerűbb hamar lefedni megfelelő munkaerővel. Mindig kell egy olyan ember, aki látja a célt, tolja a szekeret nehezebb időszakokban is – ő a vizionárius. Kell egy értékesítő, aki el tudja adni a terméket, és mindig kell egy ember, aki észben tartja a határidőket, hogy mikor kell beadni az adóbevallást, tisztában van az adminisztratív kötelezettségekkel. Az idézet második részével kapcsolatban az előadó elmondta, az általuk elkészített 20 interjúban minden interjúalany hangsúlyozta azt, hogy a startup alapítónak az egyik legfontosabb tulajdonsága az, hogy tudnak kudarcot vallani, mert tudják, hogy ez a vállalkozás alapításával együtt jár. Egy startup esetében a bukások aránya a normál vállalkozásokhoz képest tízszeres-húszszoros arány.

A mai magyar startup-kultúra kialakulását vizsgálva a hatvanas-hetvenes évek Amerikájáig kell visszamennünk. A Szilícium-völgyből indultak el, és a 90-es években jelentek meg Magyarországon. 2007-ben jelent meg nálunk az első startup akcelerátor, ami olyan szervezetet jelent, amely szakmai, anyagi, és egyéb támogatásokkal tudja segíteni egy startup kibontakozását. Nagyon fontos szerepet töltenek be a startup világában vagy kreatív világban a Skandináv országok, illetve Tel-Aviv is. Magyarország elég jó helyen áll a startupok világában, mert viszonylag sok olyan startupunk van, amelyre büszkék lehetünk, és időről időre megjelennek újak is, amelyek ígéretesek, mert pl. befektetőt találnak.

A startup ökoszisztémában azt kell látnunk, hogy egy startuptól milyen környezetben kell elképzelni, mik azok a dolgok, személyek, tényezők, bármik, amik körbeveszik. Ilyen a támogató üzleti környezet. Ez igen fontos a startup ökoszisztéma sikerességének szempontjából. Szintén lényeges a vállalkozói kompetencia, amelynek az elsajátításában kiemelkedő szerepe van az egyetemi oktatásnak. Fontos része az ökoszisztémának az együttműködés kultúrája, hogy az adott társadalom képes-e az együttműködésre, a tagjai nyitottak-e egymásra, stb., illetve a finanszírozás és a vállalkozói szellem, a vállalkozás indítására való nyitottság. A startup ökoszisztéma szereplői nagyon sokfélék lehetnek: ide tartoznak a startupok, az egyéb vállalkozások, vállalatok, és azok a startup versenyek és rendezvények, a startupokkal foglalkozó szervezetek inkubátor programok, amelyek teret adnak a kibontakozó vállalkozásoknak. A mai magyar startup ökoszisztémát az általános vállalkozói kultúra leírásával lehet bemutatni. Sajnos ez már kevésbé ígéretes és pozitív, mert poszt-szocialista országgént ránk is nagy hatással van a szocializmus árnyéka vállalkozói kultúra

szempontjából is. A rendszerváltást követően nagyon sok vállalkozás jött létre Magyarországon, melyeknek egy része kényszervállalkozás volt: például ha valaki elveszítette a munkáját, és korábban volt egy kis (másodgazdaságban végzett) tevékenysége, akkor azt vállalkozóként próbálta tovább vinni. A privatizáció is fontos volt a folyamatban, hiszen a privatizálandó vállalatok egy részét feldarabolták, azok kisebb vállalkozásokban éltek tovább, így is sokan váltak vállalkozóvá. Mindez szerepet játszott abban, hogy azt mondhatjuk, ma Magyarországon nincs nagy presztízse a vállalkozói létnek. Természetesen vannak olyan vállalkozások, amelyeknek a sikerét nagyon sokan elismerik, de alapvetően az emberek jelentős többsége – kutatások szerint – azt gondolja, hogy a vállalkozóság tulajdonképpen egyet jelent a simliskedéssel, az okosan adózással, a kapcsolatépítéssel, a kapcsolati háló okosan való alkalmazásával. Ezek az előítéletek uralkodnak olyan társadalmi csoportokban, ahol kevésbé van jelen a vállalkozói világ, tehát az emberek nem ismernek sikeres, jól és becsületesen működő vállalkozásokat. Sajnos a médiában is ritkán láthatunk jól működő vállalkozásokat, inkább a vállalkozásokkal kapcsolatos bűncselekményeket mutatják be. A kutatások szerint szintén a média közvetíti azt a felfogást, hogy egy vállalkozás akkor sikeres, ha jól tud pályázni, jó kapcsolatai vannak egy pályázat elnyeréséhez. Egy pályázat természetesen nagyon sokat tud jelenteni a vállalkozás fejlesztése szempontjából, de nem csak ezek múlik egy vállalkozás sikere. Az „arcos kapitalizmus” kifejezés arra utal, hogy van egy furcsa szokásunk magyarként, hogy mindent valamilyen kapcsolathoz, ismerőshöz próbálunk kötni, vagy ha mi nem kötünk hozzá, akkor is másokról azt gondoljuk, hogy ahhoz kötik. Ez is rányomja a bélyegét a vállalkozói kultúrára. A magyar társadalomban szomorúan alacsony az intézményekbe és az egymásba vetett bizalom szintje. Kutatások szerint kevesen gondolják azt, hogy egy jó vállalkozást vagy startupot úgy lehet felépíteni, hogy sokat dolgozunk és tanulunk, inkább másra tényezőkre vezetik vissza a sikert. Az is egy érdekesség – szintén kutatási eredmény –, hogy a magyarok jelentős többségére az jellemző, hogy nagyon fontosnak tartják a különböző szabályok és jogszabályok betartását, viszont csak addig, amíg őket ez hátrányosan nem érinti.

Az előadó ezután bemutatta a debreceni startup ökoszisztémát. Magyarországon belül a startup világ is eléggé főváros központú, nagyon sok rendezvény Budapesthez kötődik. Ugyanakkor Debrecennek mint vidéki nagyvárosnak nagy szerepe van ennek a főváros központú világnak a kiegészítésében. Debrecenben működik például az Innonic, amely egy inkubátor program, és ontja magából az ígéretesebb startupokat. Emellett vannak különböző rendezvények, pl. a startup hét, amely elsősorban egyetemistáknak szól.

A Debrecenben működő vagy debreceni kötődésű startupok általában hivatásos startupperek. Ők egy inkubátor program keretében indított startupban dolgoznak, vagy olyan olyanban, amely már kapott valamilyen támogatást, befektetést, így ezek az emberek főállásban foglalkoznak a startup-pal. Ezt azért fontos, mert nem minden startup indul úgy, hogy egyből főállásban kezdenek el dolgozni benne. Jellemzőek rájuk a klasszikus startup tulajdonságok, mint a sajátos nyelvezet vagy az egyedi munkakultúra. Viszonylag sok debreceni startup kötődik az orvostudományhoz és az orvosi szektorhoz, aminek valószínűleg az egyetemen zajló magas szintű orvosképzés az oka, és emiatt igény is van arra, hogy ezen a területen újításokat, innovációkat valósítsanak meg. Sok esetben összemosódnak a feladatkörök, ami egy kezdő vállalkozás vagy egy kezdő startup esetében nem ritka dolog. Az elején még nincs meg mindenkinek a saját helye, nincs meg minden pozíciónak a saját felelőse, vagy nincs annyi pénz, hogy annyi embert alkalmazzanak, amennyire szükség lenne. Ekkor előfordul, hogy valakinek értenie kell a könyveléshez is és a marketinghez is.

Végül Paczári Viktória a környezet szerepéről beszélt az innováció és a startup alapítás szempontjából. A kreativitás fontos az innováció szempontjából, és egy szintén fejleszthető tulajdonság. Ritka, hogy valaki úgy születik, hogy a reggeli zuhany alatt minden nap kitalál egy újfajta vállalkozást, üzletet, de folyamatos munkával, szorgalommal a kreativitást lehet fejleszteni. A kreativitás kibontakozása szempontjából nagy szerepe van annak, hogy milyen környezetben élünk, milyen emberek vesznek körül minket, milyen dolgok inspirálnak a hétköznapi életben. Ehhez kapcsolódik ez a 3T-modell, amely a kreativitást befolyásoló tényezőket mutatja be. A szakirodalomban van egy olyan elmélet, amit úgy nevezünk, hogy kreatív osztály elmélete. Ez nagyon leegyszerűsítve arról szól, hogy vannak olyan helyek a világon, például a Szilikon-völgy, ahol nagyon nagy az egy főre eső kreatív emberek száma. És Ugyanakkor vannak olyanok, ahol ez a szám nagyon kevés. Ez az elmélet azt próbálja kideríteni, hogy miért nem arányosan oszlanak meg a kreatív emberek. Az elmélet szerint vannak olyan helyek, amelyekre a nagyfokú nyitottság és befogadás a jellemző. Itt sokkal könnyebben válik valakiből innovátor, mint egy olyan környezetben, ahol abszolút nem nyitottak az emberek az új és formabontó dolgokra.

2006-ban készítettek egy nemzetközi kutatást, amelyben megvizsgálták, hogyan működik ez a gyakorlatban. A kutatásban 25 országot vizsgáltak meg. Három tényező szerint vizsgálták meg a kutatásban résztvevő országokat. Az egyik tényező a tehetség témaköre volt: azt nézték meg, hogy az adott országon belül milyen arányban, milyen iskolai végzettséggel rendelkezők vannak. Nyilván minél nagyobb a felsőfokú végzettséggel rendelkező, magasan képzett emberek aránya, annál előrébb kerültek ebben a listában. Látszik, hogy a 25-ös listában 2006-ban Finnország szerezte meg az első helyet, Magyarország a 16. volt, ez középmezőnyt jelent. A második tényező, amit megvizsgáltak, a technológia volt: például mekkora a szabadalmak aránya az országban, a technológiai környezet mennyire kedvez annak, hogy a kreativitás és az innováció kibontakozzon. Magyarország ebben is a 16. lett. Ez alapján gondolhatnánk, hogy akkor a 25 vizsgált országnak körülbelül a közepén helyezkedünk el, és közepes esélyünk van arra, hogy kibontakozzanak a kreatív elmék nálunk. Ezután jött azonban a harmadik „T”, a tolerancia: olyan dolgokat kérdeztek a kutatás során egy interjúalanytól, hogy szívesen dolgozna-e együtt külföldi emberrel, mennyire befogadó, mennyire képes elszakadni a tradicionális értékektől stb.. Magyarország ebben az utolsó helyet érte el, így végül a 21. helyre csúsztuk vissza. Ebből a kutatásból is látható, hogy milyen nagy szerepe van az innovációk és startupok kibontakozásának a szempontjából annak, hogy egy ország társadalmi mennyire nyitott, az emberek mennyire bíznak egymásban és az intézményekben, és mennyire képes valaki elfogadni azt, ha valaki egy kicsit más (például külföldi, fogyatékossgal él, bármilyen szempontból különböző, máshogy gondolkodik a világról, mint a legtöbb ember). Ezek alapján elmondható, hogy mi magyarok nem vagyunk igazán nyitottak és toleránsak az új és formabontó dolgokkal felé. Ha valaki egy új dolgot hoz létre, startupot csinál, akkor vállalnia kell azt is, hogy lesznek olyanok, akik azt mondják majd, hogy hülyeséget csinál. Nagyon sok olyan vállalkozást ismerünk, amely így indult, hogy a létrehozó környezete elutasító volt, de később mégis sikerre vitte az ötletét.

Végül az előadó néhány tanáccsal látta el a jelenlévőket: mit tegyen az, aki egy innovatív ötlettel szeretne betörni a vállalkozások világába? Elsőként a tájékozódás és a tanulás fontosságát említette – beleértve mindenfajta). Fontos az, amit az egyetemen és a különböző képzéseken tanulunk, de az ember magának kell kiválasztania azt, hogy a szabadidejében mivel foglalkozik, akar-e valami újat tanulni, vagy valami teljesen fölösleges dologgal tölti az idejét. Fontos a kapcsolatépítés, hiszen az egyetem nagyon jó lehetőséget teremt arra, hogy az ember olyan közösségekbe, olyan helyekre menjen el, ahol új embereket ismerhet meg,

akikkel egyezik az érdeklődési köre. Nagyon sok sikersztori indult úgy, hogy véletlenül emberek egymásra találtak. Ne feledjük az önismeretet, mert sokat jelent karrierépítés szempontjából is az, hogyha az ember tudja magáról, hogy mi érdekli. Ha tisztában van azzal, mit nem tud csinálni, milyen munkának az elvégzésére képtelen, milyen emberrel nem tud együtt dolgozni és kikkel dolgozik együtt szívesen, vagy hogy hol vannak a határai. Nagyon fontos nemcsak startup alapítással, karrierépítéssel kapcsolatban, hanem mindennel kapcsolatban a példamutatás, hiszen amíg mi magunk nem vagyunk olyanok, amit mástól látni szeretnénk, addig nehezen várhatjuk el azt mástól. Sokszor egyszerűen megéri „magunkba fektetni”, dolgozni magunkon, az önismeretünkön, hiszen amit egyszer megszerzünk, azt utána senki nem tudja elvenni. Ezek általában olyan értékek, amelyek nem azonnal térülnek meg. Három olyan szabályt van, amely nagyon sokat tud jelenteni karrierépítés, vállalkozásépítés szempontjából. Az egyik a 21 napos szabály: eszerint minden új szokás kialakításához 21 napra van szükség, ami azt jelenti, hogy 21 napig kell valamit végezni ahhoz, hogy beépüljön, és már zsigerből jövő szokássá váljon. A második az 5 emberes szabály. Ez arról szól, hogy annak az öt embernek az átlaga vagyunk mi, akikkel körül vesszük magunkat. Ha egy kicsit mélyebben belegondolunk, akkor rájövünk, hogy nagyon sokat jelent az ember viselkedése, szokásai, magatartása, gondolatai szempontjából az, hogy kikkel veszi körül magát. Érdemes tudatosnak lenni ilyen szempontból is. A harmadik az 5x5-ös szabály: ha valami bánt minket vagy zavar, akkor érdemes végiggondolni azt, hogy 5 év múlva annak a dolognak milyen hatással lesz az életünkre. Hogyha nem lesz semmilyen hatása – és a legtöbb dolognak, ami miatt idegeskedünk, problémázunk, nincsen hatása 5 év múlva -, arra nem érdemes 5 percnél több időt szánni. A halogatással kapcsolatban el kell mondani, hogy nagyon sok olyan dolog van az életünkben, aminek nincsen határideje, mint például egy vállalkozás elindítása, egy ötlet kidolgozása, egy új szakterület, új szakma megtanulása. Végül fontos rögzítendő alapelv, hogy egy startup sikere nem abban rejlik a legtöbbször, hogy kitalálunk valamit, hanem abban, hogy létrehozuk, komoly munkával teszteljük, újra alakítjuk.

Pogány Emese