

Bevezetés

Napjainkban a technológiai megoldások fejlődési dinamikájával párhuzamosan az emberi elvárások is rendkívül gyorsan változnak: igaz ez a felsőoktatási intézményekre is. A munkaerőpiaci igények, a hallgatói értékrend és a tudományos élet trendjeinek változása mind-mind érdekes kihívások elé állítják a felsőoktatási piac szereplőit. Hazánkban a Budapesti Corvinus Egyetem finanszírozási és strukturális átalakítási tervének figyelembe vételével különösen releváns a témakör, hiszen az intézmény stratégiailag is jelentős változásokat eszközölhet a megújulás során. Stratégiai kérdések a felsőoktatásban című kutatásomban éppen ezért arra kerestem a választ, hogy a Budapesti Corvinus Egyetemen milyen kérdések merülnek fel a hallgatói elkötelezettséget illetően. A szakirodalmi áttekintés megkezdésével és a témában való elmélyüléssel egyre erősödött bennem az érzés, hogy a témát kifejezetten a diákszervezeti hallgatókat érintve lenne érdemes leszűkíteni, hiszen ahogyan a hallgatói élmény és elköteleződés tanulmányiból is kiderül, az órán kívüli tevékenységek erőteljesen befolyásolják ezt a területet. A COVID-19 vírushelyzet adta speciális helyzetet így a Youth Business Group diákszervezeteinek közelebbi vizsgálatával oldottam meg, amely lehetőséget adott a téma tudományos vizsgálatára.

A kutatás tárgya és menete

A munkát a saját kutatásom szakirodalmi megalapozását szolgáló elméleti áttekintéssel kezdtem, melyben bemutattam a stratégiai menedzsment újabb megközelítéseit, a hálózatok stratégiai szerepét, a központi témakörként szolgáló „coopetition” elméletet, valamint a téma sajátosságának révén a felsőoktatás-menedzsmentet és a hallgatói szervezeteket övező tanulmányok főbb megállapításait is. Kutatási alapegységként az elemzéseimből kiindulva a Youth Business Group Egyesület hallgatói szervezeteit választottam.

A kapcsolódó kutatás célja bemutatni, hogy hogyan segíthet a "coopetition" szemlélet egy, a felsőoktatási környezetben felismert lehetőségeket kihasználó, fejlődni és növekedni képes hallgatói szervezeti hálózatot a hallgatók elkötelezésének elérésében. A kutatómunka során a 2018/2019-es tanév végére, a BCE alap- és mesterszakos hallgatóinak körében lekérdezett egyetemi életút- és attitűdmérő kérdőív eredményeiből kiindulva vezetői mélyinterjúkat készítettem a YBG-hálózat egyesületének alapító vezetőjével, illetve a hálózat (megkeresésemre reagáló) hallgatói tagszervezeteinek vezetőivel, melyeket a tőlük beérkezett különböző szabályzatok, dokumentumok, táblázatok és egyéb belső anyagok tartalomelemzésével egészítettem ki. A kutatási módszertan fókuszra révén lehetőségem nyílt a vizsgálati alapegység, a YBG-hálózat működésének mélyebb megértésére, melyből a leszűrt tapasztalatokat módszertanilag esettanulmány formájában rögzítettem.

Az esettanulmány kidolgozása során bemutattam a hálózat jelenlegi működését, különböző elemzések alkalmazásával meghatároztam a hálózat szereplőinek szervezetközi kapcsolatait befolyásoló kontextuális tényezőket, végül pedig az eredményeket egy „coopetition” alapú, elköteleződés-szemléletű, összegző elemzéssel szintetizáltam.

A dolgozat legfontosabb megállapítása, hogy a hálózati tagságból, az intézményi környezetből, illetve a típusszervezetek azonosságából adódó kontextuális tényezők mentén a tagszervezetek között különböző együttműködő és versengő interakciók alakulnak ki. Ezeket az egyesületi „központ” önszabályozásra építő filozófiája is támogatja, amely lehetőséget ad a piaci, illetve a közösségi alapelveken működő etikai koordinációs mechanizmusok mentén a tagszervezetek közötti, „coopetition” alapú magatartások kialakítására. A tagszervezetek közötti szervezetközi kapcsolatokban pedig a „coopetition” alapú magatartás ösztönző hatású komponense az, amelyik segít a tagszervezeteknek elérni saját, egyéni szervezeti céljaikat. Ezek elérése révén pedig, a dolgozatban bemutatott célstruktúra elvét követve, megvalósul a hálózati cél is.

A dolgozat megrírása során levont következtetésekből adódóan 3 elméleti felvetés fogalmazódott meg bennem, melyek a szervezetközi hálózatok közösségi elvű vizsgálatára, a „coopetition” szituációi és a domináns koordinációs mechanizmusok közötti összefüggésekre, illetve a hálózat dinamikus képességek révén történő megkülönböztető jegyeinek kialakítására fókuszálnak. A kutatás limitációi miatt ezen feltevések további tudományos vizsgálatra szorulnak. Az esettanulmányban bemutatott elemzések révén a hálózat számára is fogalmaztam meg gyakorlati javaslatokat, melyek a hálózatban rejlő szinergiák további kihasználására, illetve a tevékenységek elemzése során felmerült, kontraproduktív elemekre reflektálnak.

A kutatás eredményei és fő megállapításai

Az esettanulmány kidolgozása során bemutattam a hálózat bővülésének mérföldköveit, a benne megtalálható háttéregyesületet és a hallgatói tagszervezetek típusait is. Az egyesületi, tagszervezeti és növekedési célok szintetizálása révén felvázoltam a hálózat elkötelezettség- és célstruktúráját, melyben hálózati célként a folyamatosan bővülő tehetségközösség létrehozását tudtam definiálni. Ennek a hálózati célnak az elérését a tagszervezetek egyéni, adott felsőoktatási intézményben, saját szakterületük kiváló hallgatóit tömörítő célkitűzése segíti. Az egyesület a tagszervezetek ezen céljainak megvalósításában nyújtott működési segédkezés mellett pedig a hálózatbővítési opciókat is folyamatosan követi, esetlegesen meg is valósítva azokat.

A YBG-hálózat nem csak az interjúalanyok szóhasználatából adódóan, de az Angyal (2003) által bemutatott általános hálózati jellemzők mentén is értelmezhető hálózatként. Ebben az egyesületet kvázi központnak tekinthetjük, amelynek működése a célstruktúra lekövetésére irányul, ezzel elérve az egyesületi célok megvalósítását. A hallgatói tagszervezetek azonban önálló működésre képes egységek, a központ feladatai a bemutatott módon nem a tagszervezetek hagyományos értelemben vett vezetésére (pl. a Dobák-Antal (2013) által bemutatott vezetési funkciók mentén), hanem a tudásmenedzsment, közösségi összetartó, kapcsolatteremtő és egyes működési elemeket (pl. pénzgazdálkodás) ellátó szerepkörre összpontosulnak. A hallgatói tagszervezeteknek a működést biztosító egyesületi háttér, az értékajánlat strukturálására alkalmas Talent Program, a fenntarthatóság és a több szakterületet lefedő, inspiráló közösség miatt is megéri csatlakozni a hálózathoz. A hallgatói tagszervezetek egyéni szervezeti céljaikat a Talent Program struktúrájának szervezeti működést, specializált képzést és karrierfelkészítést célzó fejlesztő elemeivel érik el, melyek részletes kidolgozása és megvalósítása a tagszervezetek hatásköre.

A hálózatában ilyen módon a stratégiai menedzsment a hálózati célstruktúra követésében, illetve az azt megvalósító hálózati működés kialakításában valósul meg. Az egyesület és a hálózat hallgatói tagszervezetei között kialakult kapcsolat egyértelműen együttműködési fókuszú, azonban a tagszervezetek közötti szervezetközi kapcsolatrendszer milyensége nem ennyire egyértelmű. A hálózati tagságból, az intézményi környezetből, illetve a típusszervezetek azonosságából adódó kontextuális tényezők mentén a tagszervezetek között különböző együttműködő és versengő interakciók alakultak ki. Ezeket az egyesületi „központ” önszabályozásra építő filozófiája is támogatja, amely lehetőséget ad a piaci, illetve a közösségi alapelveken működő etikai koordinációs mechanizmusok mentén a tagszervezetek közötti „coopetition” alapú magatartások kialakítására. A tagszervezetek közötti szervezetközi kapcsolatokban a „coopetition” alapú magatartás ösztönző hatású komponense az, amelyik segít a tagszervezeteknek elérni saját, egyéni szervezeti céljaikat. Ezek elérése révén pedig, a célstruktúra elvét követve, megvalósul a hálózati cél is. A fő kutatási kérdésre választ adva tehát a hálózatban a „coopetition” szemlélet az egyesületi önszabályozó filozófia és a hálózat szervezetközi kapcsolatrendszerének kontextuális tényezői mentén, a tagszervezetek közötti magatartásokban jelenik meg, amelyek ösztönző elemeinek kiaknázásával hosszú távon is biztosítható a célok megvalósítása.

A kutatás eredményeit a szakirodalmi háttérrel összevetve elmondható, hogy bár az egyesület és a hallgatói tagszervezetek közötti együttműködési fókusz vitathatatlan, annak hálózati értelmezése a Rusko (2010) által definiált szigorú keretek közötti együttműködési formáitól (pl. a jogilag erősen szabályozott franchise) jól elválasztható, a tagszervezetek szervezeti szeparációjukat nem vesztik el (Lou, 2007). A hallgatói tagszervezetek közötti együttműködési aspektusok az Osarenkhoe (2010) által megfogalmazott kölcsönös előnyszerzés, illetve a hallgatói szervezetekre jellemző (Hall,2012) közösségi felfogáson alapulnak. A hallgatói tagszervezetek céljaikat alapvetően egyéni szinten szeretnék megvalósítani, ahol azonban azt a szervezetközi kontextus lehetővé teszi, kezdeményezhetnek együttműködési interakciókat. Ezen egyéni szervezeti célok megvalósulása a bemutatott célstruktúra alapján a hálózati cél elérését is szolgálja, ezért a versengésnek ilyen szempontból csak azokon a területeken van értelme, ahol azt a kontextuális tényezők szükségessé teszik, vagy a versengés innovációt támogató, fejlesztő szándékú (azaz ösztönző elemeket tartalmaz). Ez a megállapítás megfeleltethető Padula és Dagnino (2007) értelmezésének is, mely szerint a „coopetition” a verseny beszívargása az együttműködési struktúrába.

Rusko (2010) alapján a „coopetition” szemlélet használatát több szinten is érdemes megvizsgálni, amely a hálózatban kontextus, folyamat és magatartási szinten is releváns. Kontextus tekintetében a hálózat szereplőinek egymástól való függését lehet kiemelni, amely azonban nem a bürokratikus koordinációra, hanem a tacit megállapodások révén kialakuló etikai (és természetesen piaci) koordinációra épít. Folyamatként való értelmezésében a „coopetition” az egyesületi „központ” önszabályozást támogató filozófiája kiemelendő, amely a javaslatokban megfogalmazott kontraproduktív elemek kiszűrésével ilyen módon közelebb kerülhet a Bengtsson és Kock (2015) által megfogalmazott egyensúly megteremtéséhez. Az egyesület által nyújtott Talent Program struktúra pedig nemcsak, hogy a Jones (2017) által definiált hallgatói élmény több komponensét is magába foglalja, de a végfogyasztók (azaz a tagszervezetek hallgatói) számára értéket teremtve cáfolja az esetleges kartell alapú vádakat is (Walley, 2007). A „coopetition” szemlélet a YBG-hálózatban a bemutatott módon azonban éppen a kontextus és folyamat elvek révén, leginkább magatartási alapon jelenik meg, amely a tagszervezetek közötti kapcsolatokatban gyakran pszichológiai tényezőket helyez előtérbe. Monticelli és szerzőtársai (2019) megállapításainak megfelelően, ez a magatartás alapú „coopetition” a YBG-hálózat tagszervezetei között is a kölcsönös bizalomra, a hálózati közösség szem előtt tartására és ezáltal az egyes tevékenységekben megvalósuló, együttműködő és versengő magatartásminták koordinálására irányul, melyek elősegítik az elkötelezettség kialakulását.

A megfogalmazott következtetések és elméleti feltevések a hallgatói szervezeti hálózatok elemzésének közösségi elvű megközelítésére (Drótos&Kováts, 2009, Kováts et.al., 2012 és Hall, 2012 alapján), az együttműködés és versengés intenzitásából adódó szervezetközi szituációk és az alkalmazott koordinációs mechanizmusok közötti összefüggésekre (Chin et.al., 2008 és Gelei, 2009 alapján), illetve a hálózatban kialakuló dinamikus képességek által létrejött, a hálózat egészét érintő megkülönböztető jegyek kialakítására (Eisenhardt, 2000 és M'Chirgui, 2005 alapján) irányulnak.

A dolgozat végén megfogalmazott gyakorlati javaslatok a kapcsolatban megjelent kontraproduktív anomáliák kiküszöbölésére és a további hálózati szinergiák kihasználására fókuszálnak. Ezek közül a legfontosabb a típusszervezetek azonosságából adódó kontextuális tényezők mentén felmerült, bizonyos újabb kapcsolat formákra irányuló igény, amellyel az elszigetelten működő tevékenységek közötti szinergiák is kihasználhatóbbá válnak. Az egyesület a több szakterületet átfedő, diverz közösség tudományos, vagy akár vállalkozói kezdeményezéseinek támogatásával pedig újabb lehetőségek kihasználását teremtheti meg a hálózatban, amely képes lehet (pl. a Tudományos Diákköri tevékenységek révén) az egyes felsőoktatási intézmények hallgatói bevonódásának erősítésére is (Montelongo, 2002). Ezek a javaslatok a Monticelli és szerzőtársai (2019) által megfogalmazott stratégiai opciók kiszélesítésére, a szervezetközi kapcsolatok hasznainak optimalizálására törekednek, valamint a Crick (2019) által említett „túl szoros” vagy „túl laza” együttműködési és versengési interakciókat érintő kritikákra reflektálnak.

A hálózat szereplőinek nemzetközi bővítési terveinek szempontjából a dolgozatban bemutatott stratégiai menedzsment szemléletű, a „coopetition” szemléletet középpontba helyező elemzés és a megfogalmazott javaslatok különösen relevánsak lehetnek. Ilyen jellegű bővítés esetén ugyanis a célstruktúra megvalósítását támogató működési alapok ismerete, valamint az ezek nemzetközi kontextusba helyezését támogató, eddig nem használt koordinációs mechanizmusok kialakítása kiemelten fontos lehet. A „coopetition” szemlélet a szakirodalom képviselői szerint ugyanis globálisan, a nemzetközi színteret figyelembe véve is segítség lehet a hálózatokban megjelenő szervezetközi kapcsolatrendszernek értelmezésére és azok stratégiai szemléletű menedzsmentjére (Lou, 2007).

**Az Innovációs és Technológiai Minisztérium****ÚNKP-19-2-I kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült**

Felhasznált irodalom: Alnawas, I. (2014). Student orientation in higher education: development of the construct. High Educ, 69(1), 625–652., Baltaru, R. D., & Soysal, Y. N. (2018). Administrators in higher education: organizational expansion in a transforming institution. The International Journal of Higher Education Research, 76(2), 213–228., Bardou, K. J., Byrne, S. M. & Paternak, V., & Perez, N (2003). Self-Efficacy and Student Leaders: The Effects of Gender, Previous Leadership Experiences, and Institutional Environment. Journal of the Indiana University Student Personnel Association, 33–48., Becket, N., & Brooks, M. (2008). Quality Management Practice in Higher Education – What Quality Are We Actually Enhancing? Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education, 7(1), 40–54., Bell, J. (2005). Doing Your Research Project: A Guide for First-Time Researchers, Open University Press, Berkshire, England, Bengtsson, M., & Kock, S. (2000). "Coopetition" in business networks – to cooperate and compete simultaneously. Industrial Marketing Management, 29(5), 411–426., Bengtsson, M., Eriksson, J., & Wincnet, J. (2010). Co-opetition dynamics – an outline for further inquiry. Competitiveness Review, 20(2), 194–214., Bengtsson, M. & Kock, S. (2015). Tension in Co-Opetition. Developments in Marketing Science, 26(1), 38–42., Bileviciute, E., Draksas, R., Nevera, A., & Vainiute, M. (2019). Competitiveness in Higher Education: The Case of University Management. Journal of Competitiveness, 11(4), 5–21., Brandenburger, A. M., & Nalebuff, B. J. (1995). The right game: Use game theory to shape strategy. Harvard Business Review, 73(4), 57–71., Caldwell, B. (2008). Reconceptualising the self-managing school. Educational Management, Administration and Leadership, 36(2), 235–252., Chiambaretto, P., & Dumez, H. (2016). Toward a typology of coopetition: a multilevel approach, International Studies of Management and Organization, 46(3), 110–129., Chien, T.-H., & Peng, T. J. (2005). Competition and cooperation intensity in a network: A case study in Taiwan simulator industry. Journal of American Academy of Business, 7(2), 150–155., Chin, K. S., Chan, B. L., & Lam, P. K. (2008). Identifying and prioritizing critical success factors for coopetition strategy. Industrial Management & Data Systems, 108(4), 437–454., Crick, J. M. (2019). "The dark side of coopetition: when collaborating with competitors is harmful for company performance", Journal of Business & Industrial Marketing, 35(2), 318–337., Cygler, J., & Sroka, W. (2016). The boundaries of coopetition: A case study of polish companies operating in the high-tech sector. In: Atejevici, J., & Trivic, J. (Eds). Economic Development and Entrepreneurship in Transition Economies: issues, obstacles and perspectives. (253–269). Cham, Switzerland: Springer International Publishing., Dagnino, G.B. & Rocco, E. (2009). Coopetition Strategy: Theory Experiments and Cases. Routledge Publishing, Dahl, J. (2014). Conceptualizing coopetition as a process: An outline of change in cooperative and competitive interaction. Industrial Marketing Management, 43(1), 272–279., Dal-Soto, F., & Monticelli, J. M. (2017). Coopetition Strategies In The Brazilian Higher Education. Revista De Administração De Empresas, 57(1), 65–78., Dobák, M., & Antal, Zs. (2013): Vezetés és szervezés, Budapest, Akadémiai Kiadó, Drótos, Gy., & Kováts, G. (2009): Felsőoktatás-menedzsment, Aula Kiadó, Budapest, Eriksson, E. (2008). Achieving suitable coopetition in buyer-supplier relationships: The case of AstraZeneca. Journal of Business-to-Business Marketing, 15(4), 425–454., Gnyawali, D. R., & Madhavan, R. (2001). Cooperative networks and competitive dynamics: A structural embeddedness perspective. Academy of Management Review, 26(3), 431–445., Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2006). Universities in a competitive global marketplace. International Journal of Public Sector Management, 19(4), 316–338., Hoffmann, J., Wilson, M., Martinez, R., & Sailors, M. (2012). Content analysis: The past, the present and the future. In N. Duke, & M. Malette, Literacy Research Methodologies (p28–49), New York, Huang, Y., & Chang, S. (2004). Academic and Curricular Involvement: Their Relationship and the Best Combinations for Student Growth. Journal of College Student Development 45(4), 391–406., Jakobsen, S. (2020). Managing tension in coopetition through mutual dependence and asymmetries: A longitudinal study of a Norwegian R&D alliance. Industrial Marketing Management, 84(1) 251–260., Jones, R. (2017). The student experience of undergraduate students: towards a conceptual framework, Journal of Further and Higher Education, 42(8), 1040–1054., Krippendorff, K. (2004). Content Analysis, An introduction to its Methodology, Second Edition, Sage Publications, Thousand Oaks, Kováts, G. (2012). A tudományterületi sajátosságok következményei a kutatásban, az oktatásban és a felsőoktatási intézmények vezetésében (The consequences of disciplinary difference on teaching, research and institutional management of higher education). Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 43(7–8), 3–17., Kuh G.D. (1995). The other curriculum: Out-of-class experiences associated with student learning and personal development. Journal of Higher Education, 66(2), 123–155., Littig, B., & Pöschhacker, F. (2014). Socio-Translational Collaboration in Qualitative Inquiry: The Case of Expert Interviews. Qualitative Inquiry, 20(1), 1085–1095., Luo, Y. (2005) Toward coopetition within a multinational enterprise: a perspective from foreign subsidiaries. Journal of World Business, 40(1), 71–90., Luo, Y. (2007). A coopetition perspective of global competition. Journal of World Business, 42(2), 129–144., Malhotra, N. (2009). Marketingkutatás, Budapest: Akadémiai Kiadó., McGrath, H., O'Toole, T., & Canning, L. (2019). Coopetition: a fundamental feature of entrepreneurial firms' collaborative dynamics. Journal of Business & Industrial Marketing, 34(7), 1555–1569., M'Chirgui, Z. (2005). The economics of the smart card industry: Towards cooperative strategies. Economic Innovation New Technology, 14(6), 455–477., Montelongo, R. (2002). Student participation in college student organizations: A review of literature. Journal of the Indiana University Student Personnel Association, 50–63., Monticelli, J., Garrido, I., & Vasconcellos, S. (2019). Coopetition In Internationalization Of Wineries In Southern Brazil With The Support Of Formal Institutions. Brazilian Journal of Management, 12(4), 679–700., Osarenkhoe, A. (2010). A study of inter-firm dynamics between competition and cooperation – A coopetition strategy. Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management, 17(3), 201–221., Padula, G., & Dagnino, G. B. (2007). Untangling the rise of coopetition. International Studies and Management & Organization, 37(2), 32–52., Park, B.-J., Srivastava, M. K., & Gnyawali, D. R. (2014). Impact of coopetition in the alliance portfolio and coopetition experience on firm innovation, Technology Analysis & Strategic Management, 26(8), 893–907., Patterson, B. (2012). Influences of Student Organizational Leadership Experiences in College Students Leadership Behaviors. Journal of Organizational Learning, 10(1), 1–12., Pilz, M., Zenner L. (2018). Using case studies in business education to promote networked thinking: findings of an intervention study. Teaching in Higher Education, 23(3), 325–342., Rusko, R. (2010). Exploring the concept of coopetition: A typology for the strategic moves of the Finnish forest industry. Industrial Marketing Management, 40(2), 311–320., Scaglione, V.L.T., Meyer, V. & Marmédo, D.F. (2019). Improvisation in Higher Education Management: Coping with Complexity and Organizational Dynamics. Global Journal of Flexible Systems Management 20(4), 291–302., Temple, P., C. Callender, L. Grove, & N. Kersh. 2014. Managing the Student Experience in a Shifting Higher Education Landscape. York: The Higher Education Academy., Ungerman, O., Dedkova, J., & Gurinova, K. (2018). The Impact of Marketing Innovation on the Competitiveness of Enterprises in the Context of Industry 4.0. Journal of Competitiveness, 10(2), 132–148., Walley, K. (2007). Coopetition. An introduction to the subject and an agenda for research. International Studies and Management & Organization, 37(2), 11–31.