



**SZENT ISTVÁN
EGYETEM**

GÖDÖLLŐ

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola

**A FELSŐOKTATÁSI MARKETING TAPASZTALATAI ÉS A MUNKAERŐPIACI
ÖSSZEFÜGGÉSEK ROMÁNIA – ERDÉLYBEN**

DOKTORI (Ph.D.) ÉRTEKEZÉS

KÁDÁR BEÁTA

GÖDÖLLŐ

2018

A doktori iskola megnevezése: Szent István Egyetem
Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola

tudományága: Gazdálkodás és Szervezéstudományok

vezetője: Prof. Dr. Lehota József DSc.
egyetemi tanár, az MTA doktora
Szent István Egyetem, Gödöllő
Gazdaság-, és Társadalomtudományi Kar
Üzleti Tudományok Intézete

Témavezető: Dr. habil. Szabó Zoltán PhD
egyetemi docens,
Budapesti Gazdasági Egyetem
Nemzetközi igazgató

.....
Az iskolavezető jóváhagyása

.....
A témavezető jóváhagyása

Tartalomjegyzék

1.	BEVEZETÉS	- 4 -
1.1.	A témaválasztás indoklása	- 4 -
1.2.	Kutatási célok, hipotézisek.....	- 5 -
1.3.	A kutatás felépítése	- 5 -
2.	IRODALMI ÁTTEKINTÉS	- 6 -
2.1.	A kutatás elméleti modelljének megalkotása	- 6 -
3.	ANYAG ÉS MÓDSZER.....	- 8 -
3.1.	Kvalitatív kutatás - módszerek és célkitűzések.....	- 8 -
3.2.	Kvantitatív kutatás – módszerek, hipotézisek	- 8 -
4.	KUTATÁSI EREDMÉNYEK	- 10 -
4.1.	Kvalitatív kutatás – a hallgatói elvárások, a munkáltatói visszacsatolás és a B2B kommunikáció vizsgálata	- 10 -
4.1.1.	Fókuszcsoportos vizsgálat.....	- 10 -
4.1.2.	Az interjúk elemzése	- 13 -
4.1.3.	Honlapelemzés	- 16 -
4.2.	Kvantitatív kutatás – a szakmájukban elhelyezkedett végzettek tapasztalatainak mérése - 16 -	
5.	ÚJ ÉS ÚJSZERŰ TUDOMÁNYOK EREDMÉNYEK, KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....	- 18 -
5.1.	A hipotézisek és célkitűzések verifikálása	- 18 -
5.2.	Az új és újszerű tudományos eredmények bemutatás.....	- 21 -
6.	IRODALOMJEGYZÉK.....	- 26 -
7.	AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓK	- 27 -

1. BEVEZETÉS

A felsőoktatás szerepe a munkaerőpiacon való érvényesülésben igen jelentős, hogy milyen szakmát választunk, és hogy azt milyen szinten sajátítjuk el, egy életre meghatároz. És meghatározza a társadalom egészének állapotát, gazdasági, szociális szempontból egyaránt.

1.1. A témaválasztás indoklása

Az elmúlt időszakban erőteljes változásoknak lehettünk szemtanúi a felsőoktatás területén, egy dinamikusan fejlődő, változó ágazatról beszélhetünk. A felsőoktatási intézményvezetők számára egyértelművé vált, hogy az elefántcsonttoronyok ideje lejárt, szolgáltatásként kell az oktatásra tekinteni, és mint ilyen a fogyasztói igényekhez való állandó alkalmazkodás teszi versenyképpé az intézményeket.

A felsőoktatás expanziójával, a társadalmi igények megváltozásával és a rohamos fejlődésen átmenő technikai változások révén egyértelművé vált, hogy a marketingszemléletnek a felsőoktatásban is érvényesülnie kell. Meg kell határozni a piacot, a vevőket, a terméket és az értékesítési csatornát ki kell építeni.

A romániai magyar felsőoktatás piacán több szempontból is jelentős átalakulások következtek be az elmúlt 15 évben. Új szereplő jelent meg, kínálat-bővülés következett be, átalakult a felsőoktatási struktúra a bolognai folyamat révén. Ezzel szemben a gazdasági élet színterén változások álltak be, fellendülés, gazdasági válság, megváltozott szerkezet, ez a három kulcsfogalom néhány év alatt egymás után jellemezte az erdélyi vállalkozói környezetet.

Disszertációmban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a versenyképes képzési struktúra és tananyag kialakításához milyen szempontokat kell a felsőoktatási intézményeknek figyelembe venni. Az említett lokális változások és a jellemző nemzetközi trendek ismeretében szükségesnek láttam a téma Erdélyre vonatkozó szűkítését. Kutatásomat és annak eredményeit hiánypótló munkának látom, gyakorlati hasznosíthatósága meglátásom szerint megkérdőjelezhetetlen, ugyanis a megújulásra, a szemléletünk kiejátszására, az eredményes működéshez, a versenyképesség megtartásához további szempontok bevonására van szükség, amelyekhez támpont lehet a dolgozatomban. Hogy a felsőoktatási közeg több szereplőjének szempontjából meg tudjam vizsgálni a témát és minél teljesebb képet nyújthassak, ezért az erdélyi magyar felsőoktatási, munkaerőpiaci és vállalkozói közeget céloztam meg.

Kutatási témám időszerűségét a szakirodalom is érvényesíti, a felsőoktatásnak további célirányos átalakításokra van szüksége, fontos szempontok kerülnek ki a látószögéből, továbbá az egyetemek és a gazdasági szektor közötti együttműködése nem épülhet csak látszat-megoldásokra, konkrétan kidolgozott valós, célirányos, hosszú távú együttműködésre van szükség.

Személyes érdeklődésem a téma iránt a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem munkatársaként alakult ki, ahol sok figyelmet szenteltem az erdélyi magyar felsőoktatás változásának, szerepet vállalva a Sapientia EMTE beiskolázási marketingtevékenységének építésében, és az alumni-kapcsolatok kiépítésében. Mostanra oktatóként követem a gazdasági szférával való kapcsolatát az Egyetemnek és érdeklődéssel fordulok a vállalkozói közeg visszajelzései felé, hogy kollégáimmal reagálhassunk arra a tananyag összeállításán.

1.2. Kutatási célok, hipotézisek

Az alábbiakban ismertetem kutatásom célját és hipotéziseimet:

1. kutatási cél (C1): Megvizsgálni, milyen kihívásokat állít a hallgatók hozzáállása és a munkaerőpiac az erdélyi magyar felsőoktatás elé.
2. kutatási cél (C2): Javaslatokat fogalmaznak meg a feltérképezett kihívásokkal szemben való hatékony megküzdésre.
3. kutatási cél (C3): Az egyetemi végzettségüknek megfelelő szakterületen elhelyezkedettek munkaerőpiaci tapasztalatainak visszacsatolása és azok beépítése az egyetemi fejlesztésekbe.
4. kutatási cél (C4): Egy olyan felsőoktatási modell kidolgozása, amely ötvözi a felsőoktatásra jellemző aktuális trendeket és a kutatási eredményeimet.

A fenti célkitűzések elérésének és a felmerülő kérdések megvizsgálásának érdekében a következő hipotéziseket fogalmaztam meg, amelyeket kvalitatív és kvantitatív módszerek segítségével kutattam:

1. hipotézis (H1): A Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem és a Babes Bolyai Tudományegyetem – a két nagy erdélyi felsőoktatási piaci szereplő – megítélése a végzettek körében szignifikáns különbséget mutat az oktatás minőségével való elégedettséget illetően.
2. hipotézis (H2): A felsőoktatásban tanultak munkaerőpiaci alkalmazhatóságának megítélésében szakterületenként nincsen szignifikáns különbség.
3. hipotézis (H3): Azok szempontjából, akik már megmérettettek a munkaerőpiacon a felsőoktatás legnagyobb hiányossága a gyakorlati képzésben rejlik.
4. hipotézis (H4): A hallgatók egyetemválasztási motivációit vizsgálva döntő tényező, hogy milyen nyelven folyik az oktatás, és hogy milyen távolság van a lakhelyük valamint a felsőoktatási intézmény.
5. hipotézis (H5): A munkáltatók nem az elméleti ismeretek birtoklását tartják elsődleges fontosságúnak, amikor alkalmazottat választanak.

1.3. A kutatás felépítése

Módszertanilag a dolgozat két nagy részre tagolódik elméleti és gyakorlati fejezetekre. Az elméleti rész a kutatási célok szempontjából relevánsnak ítélt szakirodalom feldolgozását, kritikus elemzését tartalmazza, személyes véleményekkel tűzdelve. Főként a magyar és az angol szakirodalomra hagyatkoztam, nagyon kevés használható román szakirodalom lelhető fel.

A gyakorlati rész saját magam által elvégzett kutatásokat és azok eredményét mutatja be, kiemelve azok gyakorlatban való alkalmazhatóságát.

Kutatómunkámat a szekunder és primer adatgyűjtés egyaránt jellemezte.

A kutatás szerkezeti felépítése, illetve az alkalmazott módszertan során Babbie (1995), Tomcsányi (2000) és Sajtos – Mitev (2007) műveit vettem alapul, míg a felsőoktatás változásainak bemutatása és a modellalkotás kapcsán a szakirodalmi fejezetekben említettek mellett, leginkább Piskóti (2016) és Töröcsik (2010, 2014, 2015) tudományos munkáit használtam fel, melyeket különösen hasznosnak ítéltam egy az aktuális kihívásokra válaszoló modell alkotásához.

A szekunder adatgyűjtés során a témához kapcsolódó magyar és nemzetközi szakirodalom feldolgozása valósult meg, arra törekedtem, hogy a témában fellelhető releváns tanulmányokat feldolgozzam, a primer kutatás minél teljesebb megalapozásához. A tudományok szakirodalom mellett törekedtem a felsőoktatást és munkaerőpiacot elemző országos, nemzetközi és EU-s statisztikák vizsgálatára és a kutatásba való beillesztésére.

Primer adatgyűjtést során kvalitatív és kvantitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. A szakirodalommal való ismerkedés után a kvalitatív kutatás segített a téma helyi specialitásainak megismerésében és a kutatási kérdések pontosításában. Primer kutatásomban a szekunder kutatás során megismert modelleket is beépítettem. Kvalitatív módszerként a fókuszcsoporthoz tartozó interjút, a honlapvizsgálatot és a szakértői mélyinterjúkat alkalmaztam. Ezen módszerek előnye, hogy közelebb vittek a téma jobb megismeréséhez, hátránya, hogy nem számszerűsíthető. Kvantitatív kutatásomat egy online kérdőívre építettem, amely az ok-okozati összefüggések feltárásában sokat segített, számszerűsíthető adatai révén vizsgálhattam hipotéziseim érvényességét.

2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

A kutatást megalapozó tudományos szakirodalom összefoglalja a felsőoktatásban is alkalmazható szolgáltatás tipológiákat, a szolgáltatásmarketing modelleket. A szakirodalomban ismertetem a felsőoktatási intézmények fejlődéstörténetét, továbbá az egyetemi marketing témakörében ismert publikációkat, kitérve a gazdasági szféra és az egyetemek közti együttműködési lehetőségekre, szinergiákra.

2.1. A kutatás elméleti modelljének megalkotása

A szakirodalom feldolgozása alapján felállítottam egy felsőoktatásspecifikus elméleti modellt, amely a kutatás irányát is megszabja, ezen modell a Lovelock (1983), Zeithaml et al. (1985) és Parasuraman et al. (1985) GAP modelljét ötvözi, néhány tényező módosításával.

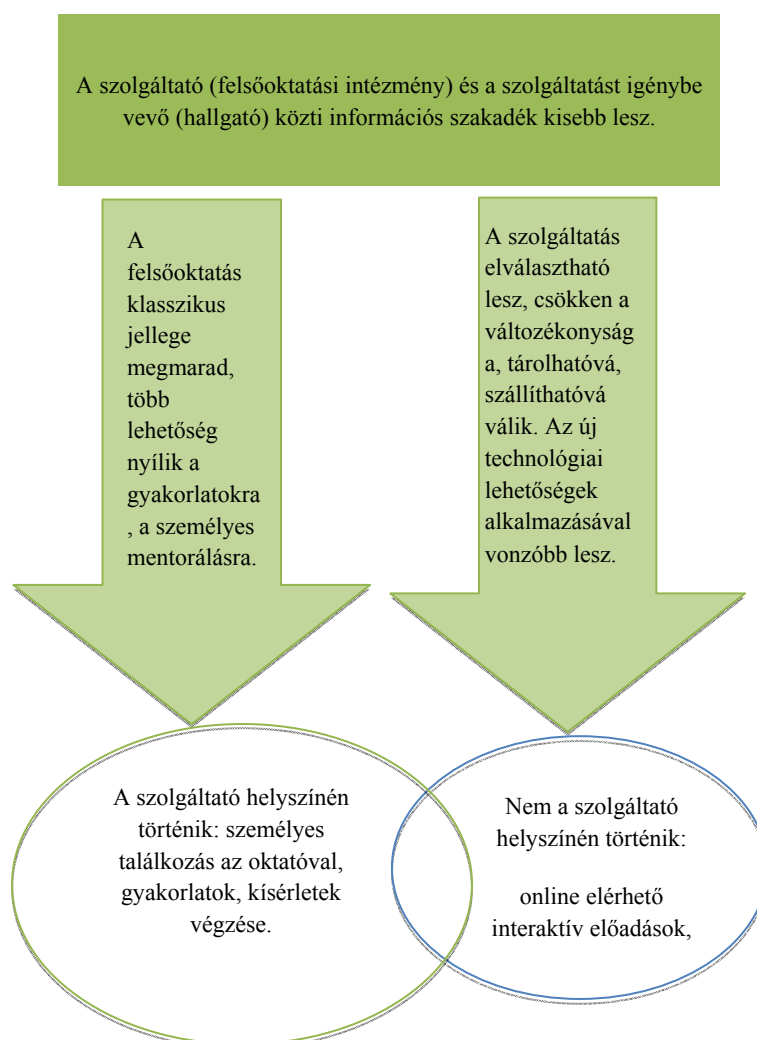
Az általam javasolt modell alapját az oktatás új trendjei alkotják, ugyanis ezen online eszközök alkalmazásával nagyban megváltozik a klasszikus értelemben vett szolgáltatás jellege az oktatásnak. Az eredeti modellekhez képest a következő módosításokat javaslom:

Lovelock -modell: Lovelock modellje a teljesítés helye alapján különbözteti és jellemzi a szolgáltatásokat. Külön tárgyalja a következőket: az ügyfél megy a szolgáltatóhoz (itt kisebb költséggel kell dolgozni, fontos a szolgáltatás helyének kialakítása, ügyfélbaráttá tétele) és a szolgáltató megy az ügyfélhez esetet (ez drágább teljesítést tesz lehetővé). **A rendelkezésünkre álló modern eszközök alkalmazásával** (előadások videófelvétele, online szórása, interaktív platformok kiépítése, online feladatsor készítése, online számonkérési módszerek) már **elegyíthető a két típus: a felsőoktatás egy része történhet az igénybevevő természetes környezetében** (az okostelefon, tablet és tárolhatóság révén bárhol, bármikor elérheti az adott anyagot.), **és a személyes konzultációk, a gyakorlatok történhetnek a szolgáltató intézményben. A vegyes modell egy új elvárást is szül, a szolgáltatónak rá jellemző, felhasználóbarát online térre is szüksége van.**

Zeithaml (1985) HIPI elve: a szolgáltatásmarketing alapmodelljeként határozható meg. Ez a modell a szolgáltatások következő alaptulajdonságaira épül: változékonyság,

elválaszthatatlanság, nem tárolható jelleg és megfoghatatlanság. Ezen bizonytalansági tényezők jelentős része kiküszöbölhető az általam javasolt, új trendeket is alkalmazó modell révén. **Az oktató mondandójának videón történő rögzítése és online közzététele mind csökkenti a változékonyságot (az oktató aznapi hangulata nem befolyásolja a szolgáltatás minőségét), megszünteti az elválaszthatatlan jelleget (bárhol legyen is a diák, hozzáférhet) és tárolhatóvá teszi az adott anyagot.**

GAP modell (1985): az adott és az észlelt szolgáltatás közti információs résekre épít és Yakov (2006) ezen rések csökkentésére javasolja a szolgáltatást igénybevevők elvárásainak és tapasztalatainak minél teljesebb megismerését. Kutatásom, amelyet a dolgozatom további részében mutatok be a felsőoktatásban, mint szolgáltatásban fellelhető információs rések csökkentésére tesz javaslatot, kiemelve, hogy nem mindig a szolgáltatást konkrétan igénybe vevő (hallgató) elvárásait kell figyelembe venni, amikor információ gapek csökkentésére törekszik, hisz a munkaerő-piaci tapasztalatok és a munkáltatók elvárásai sok esetben relevánsabbak.



A szakirodalom feldolgozása alapján javasolt modell grafikus ábrázolását a 1. ábrán mutatom be:

1. ábra Az új trendek alkalmazását célzó saját elméleti felsőoktatási modell

Forrás: saját szerkesztés, a feldolgozott szakirodalom alapján, 2018.

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

A kitűzött kutatási célok eléréséhez elsőként a szekunder adatokatt mértem fel és azokra támaszkodva feldolgoztam és rendszerszemléletű megközelítéssel elvégeztem a témához kapcsolódó magyar, román és nemzetközi szakirodalom kritikai értékelését. Dolgozatom témájához kapcsolódó szakirodalom feldolgozása során összehasonlításokat, dokumentum elemzést, komparatív elemzéseket, modellalkotást használtam.

A szakirodalmi feldolgozást alapul véve, a tanulságait is felhasználva megfogalmaztam hipotéziseimet és elindítottam a primer kutatást:

3.1. Kvalitatív kutatás - módszerek és célkitűzések

Az alább részletezett kvalitatív módszereket alkalmazva alapoztam meg kvantitatív kutatásomat.

a. Fókuszcsoporthos interjúk

A jelenlegi egyetemisták körében végeztem fókuszcsoporthos vizsgálatot. A két nagy erdélyi magyarul is tanító egyetem (Babes-Bolyai Tudományegyetem, Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem) hallgatói között zajlott 8 (4 elsőévesekből álló csoport és 4 végzős hallgatókból álló csoport) vizsgálat, átlagosan 70 percet tartott egy alkalom. Lebonyolítását saját szervezésben a Sapientia EMTE Csíkszeredai Karának kutató laborjában végeztem, 2017 május-júniusában. A hanganyagot rögzítettem Microsoft Word szövegszerkesztő segítségével, és tartalomelemzés módszerével elemeztem az anyagot.

b. Szakértői mélyinterjú

Vállalatvezetőket kértem fel face – to face félig strukturált interjúkra. ISCED szakterületenként 2-2 erdélyi vállalatvezetőt választottam, ami 16 interjút jelent, egyenként 80-110 perces időkerettel. A beszélgetések során nem konkrét kérdéseket tettem fel számukra, hanem csak témaköröket jelöltem meg, amiről aztán szabadon, segédkérdések alkalmazásával hagytam beszélni az alnyokat. Az interjúk nagyban hozzájárultak a téma pontosításához, és a kutatás egészének keretbe helyezéséhez, ugyanis ráerősítettek a kérdőíves kutatás eredményeire is.

c. Honlapelemzés

Elemeztem a Babes – Bolyai Tudományegyetem és a Sapientia EMTE weboldalait, illetve azok mikrosite-jait, amelyek a B2B kommunikációra fókuszálnak. Tehát azt vizsgáltam, hogy van-e intézményes, szervezett kommunikáció az egyetemek irányából a vállalati szféra felé. A honlapelemzéshez egy egységes szempontrendszerrel dolgoztam ki, és az alapján vizsgáltam a két intézmény weboldalát.

3.2. Kvantitatív kutatás – módszerek, hipotézisek

Kutatásom célja, hogy azok véleményét feltárjam, akik a végzettségüknek megfelelő szakterületen helyezkedtek el, arra vonatkozóan, hogy a tanultakat mennyire tudják hasznosítani, így, a tapasztalataik fényében milyen hiányosságokat látnak az egyetemi képzésben. Mit tartanak hasznosnak, mi az, aminek maradéktalanul változnia kell. Kvantitatív kutatásomra a GAP modell

fejlesztéseként gondolok, ugyanis a felsőoktatási intézmény és az igénybe vevő közti réseket úgy javaslom csökkenteni, hogy a végzett, szakmában elhelyezkedett, munkaerőpiaci tapasztalattal rendelkezők véleményét építem be a képzési struktúrába.

1. Kérdőíves kutatás

Kvantitatív kutatásként a kérdőíves vizsgálati módszert választottam. Az online kérdőívet leginkább a legelterjedtebb közösségi média segítségével népszerűsítettem. A felhívásban az szerepelt, hogy megkérek minden olyan 2005 és 2016 között egyetemet végzett erdélyi magyart, aki szívesen hozzájárulna az egyetemek és a munkaerőpiac tevékenységének összehangolásához, hogy töltsen ki a kérdőívet, ezzel is segítve, hogy képet kapjunk arról, mennyire tudják az egyetemi évek alatt tanultakat hasznosítani a munkaerőpiacon. A kérdőívet minden magyar egyetemi diákszervezethez, ifjúsági szervezethez, alumni gyűjtőlistára eljuttattam, nagyon sokan komolyan vették a kutatási kérdést, és továbbították ismerőseiknek, megosztották a közösségi médiában. Így kevesebb, mint 2 hónap alatt gyűlt össze a 379 válasz.

Az adatelemzés során az adatok bevitele Microsoft Excel programmal történt, az így kapott adatállomány statisztikai elemzését az SPSS 20.0 programcsomaggal végeztem el egyváltozós és többváltozós statisztikai módszerekkel. Az értékelés első lépéseként a teljes adatállomány leíró statisztikai mutatóinak (gyakoriság, relatív gyakoriság, válaszeloszlás elemzése, skálás kérdések átlaga és szórása) számítását végeztem el, ún. egyváltozós feldolgozásokkal. Kétváltozós elemzési módszereket alkalmazva vizsgáltam a különböző kérdések kapcsolódását, kereszttáblázatokat készítettem és hogy az összefüggéseket statisztikailag is alátámaszom Chi² teszt próbát (vizsgálva az Adjustált Reziduúm mértékét, aminek abszolútértéke ha nagyobb, mint 2, akkor szignifikáns kapcsolatról beszélhetünk) vagy korrelációs számítását végeztem. Varimax rotációt végezve faktoranalízissel elemeztem a kérdőív egyik legfontosabb skálás kérdésére adott válaszokat. Az adatfeldolgozás során a leíró statisztikák mellett, két- és többváltozós összefüggés vizsgálatokat végeztem, melyek során a kereszttábla-, variancia-, faktor- és klaszter elemzés (k-means eljárás) módszerét alkalmaztam. A skálás kérdéseknél 6 főkú intervallumskálát alkalmaztam, ki akartam küszöbölni a középérték gyakori választását, ezzel is döntésre sarkallva a válaszadókat. A kereszttábla elemzés során vizsgáltam a standardizált reziduumok értékét, mely a megfigyelt és elvárt értékek különbségét mutatja a standardizált hibával korrigálva azokat (Sajtos – Mitev, 2007). Ha értéke -2 alatt, vagy 2 fölött van az eltérés 95%-os megbízhatósággal szignifikáns.

A kutatásom fontos célja volt az egyes hallgatói szegmensek egyetemválasztási preferenciáinak megismerése, ezért a megfigyelési egységeket klaszteranalízissel rendeztem homogén csoportokba. Minden eljárás esetében több próbát is elvégeztem, de ezek közül csak a szakmailag legjobban magyarázható és a statisztikai szempontból is megfelelő szegmentáció eredményét részletezem. Az elemzés során kialakított klasztereket a kérdőív más kérdéseivel is összevettem, hogy minél teljesebb elemzést tudjak végezni az egyes homogén klaszterekről.

4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

4.1. Kvalitatív kutatás – a hallgatói elvárások, a munkáltatói visszacsatolás és a B2B kommunikáció vizsgálata

Kvalitatív kutatásomban három módszert alkalmaztam: fókuszcsoporthoz kutatás, félig strukturált mélyinterjú és honlapvizsgálat.

4.1.1. Fókuszcsoporthoz vizsgálat

Fókuszcsoporthoz kutatásom célja, hogy a hallgatók egyetemmel szembeni elvárásait térképezem fel. Az egyes csoportok így épültek fel: két végzős és két első éves csoportot alkottam egyetemenként, viszont vegyes csoportok voltak a szakterületi összetételét illetően, ugyanis nem annyira a szakspecifikációs elvárások érdekeltek, sokkal inkább az általános, oktatási rendszerre vonatkozó.

A fókuszcsoporthoz beszélgetésekben érintett főbb kérdéskörök:

- középiskolásként milyen szempontok alapján döntött, hogy milyen szakon/ milyen egyetemen tanuljon tovább?
- egyetemistaként mi a véleménye az egyetemi oktatásról?
- az egyetemi oktatásban milyen hiányosságok lát?
- mit gondol, az egyetemen szerzett tudással el tud helyezkedni a munkaerőpiacon?
- meglátása szerint milyen elvárásokkal áll majd szemben a munkáltatónál?
- milyen javaslatai vannak az egyetemi képzést illetően? milyen tényezők növelnék az elégedettségét?

Összegezve elmondhatom, hogy a fókuszcsoporthoz beszélgetések hasznosak voltak a kutatásomat illetően, sokat segítettek a témában való elmélyülésben és a jelenlegi hallgatók gondolkodásának megismerésében. Kiderült, hogy a bevont jelenlegi hallgatók jelentős hányada nem rendelkezik konkrét célokkal a jövőre vonatkoztatva, nem úgy választott szakmát, hogy az a hosszú távú céljaiba is illeszkedjen, hiszen nincsenek jól körülhatárolt céljaik megfogalmazva. Ha ezt a tendenciát megértjük, már nem lep meg bennünket, hogy az egyetemi oktatással szembeni elvárásaik sem tisztázottak, sőt gyakorlatilag hiányoznak. Arra is csak nagyon kevesen gondolnak, hogy az elhelyezkedési esélyeiket hogyan tudnák növelni, így az extrakurrikuláris tevékenység sem keltik fel érdeklődésüket, de milyen nem meghatározott cél vezet, így gyakorlatilag egy próba számukra az adott képzés. A fókuszcsoporthoz kutatás tanulságait, fő eredményeit az 1. táblázatba foglaltam össze.

1. táblázat: A fókuszcsoportos vizsgálat eredményeit összefoglaló táblázat

Kérdéskör	Elsőéves hallgatók válaszai	Végzős hallgatók válaszai
<p>Középiskolásként milyen szempontok alapján döntött, hogy milyen szakon/ milyen egyetemen tanuljon tovább?</p>	<p>- a legfontosabb szempont a szülők anyagi helyzete: finanszírozzák, hogy nagyvárosban, magas tandíj mellett tanuljanak vagy nem. - szakterületet illetően az látszik, hogy nem ismerik azt sem, amit választottak, és abban egyáltalán nem biztosak, hogy illik hozzájuk. Sok bizonytalanság, kérdés van bennük arra vonatkozóan, hogy ebben a szakmában helyezkednek-e majd el. Így fogalmaznak: „kiderül, hogy megszeretem-e”</p>	<p>- szakterületet illetően tudatosabbak az 1-es (oktatás), 4-es (természettudományok, matematika és számítástechnika), 5-ös (egészségügy és népjólét), 6-os (műszaki tudományok, gépgyártás és építőipar) csoportba tartozók.</p>
<p>Egyetemistaként mi a véleménye az egyetemi oktatásról?</p>	<p>- kevés saját tapasztalatról, inkább a hallottakról számolnak be. - nem tudják összekapcsolni az elsőévestárgyakat a szakmával, még mostanra sem lett több ismeretük a választott szakmáról.</p>	<p>- aggodalmukat fejezik ki, hogy vajon amit tanultak tudják-e alkalmazni. Gyakorlatot hiányolják, nem került az egyetemen arra lehetőség, hogy a tanultak alkalmazhatóságát lássák.</p>
<p>Az egyetemi oktatásban milyen hiányosságok lát?</p>	<p>- mivel kevés a tapasztalatuk, nagy bizonytalanság jellemzi őket, így az egyes tárgyakkal való elégedetlenségüket fejezték ki, inkább arra fókuszálnak, hogy nem tudják, mire használják majd az egyes tárgyakból tanultakat vagy hogy nem szeretik az adott tantárgyat.</p>	<p>- a szakma, a tanultak alkalmazhatóságának hiányára világítanak rá. Jó példaként emlegetik azokat a tanárokat, akik az elméleti órák mellé hívtak gyakorlati szakembereket és velük közösen mutatták be, hogy a tanultakat hogyan lehet használni a hétköznapi munkavégzésben, viszont kevés ilyen tárgyról tudnak beszámolni, 1-3 a teljes oktatási időszak alatt. - az oktató által elmondottak fellelhetőek az interneten, így arra kevesebb időt kellene szentelni, hisz azt ők maguk is el tudják olvasni, és több időt fordítani a gyakorlatra.</p>

Kérdéskör	Elsőéves hallgatók válaszai	Végzős hallgatók válaszai
<i>Mit gondol, az egyetemen szerzett tudással el tud helyezkedni a munkaerőpiacon?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - a Sapientias elsőévesek bizakodóbbak, ők azt hallották a korábban végzettektől, hogy ha tanulnak, plusz feladatokat vállalnak, versenyekre járnak, akkor biztos a siker. - a Babeses elsőévesek arra hivatkoznak, hogy mivel nagy városban vannak, több esélyük van, és kevésbé tartják fontosnak a szakmában való elhelyezkedést, úgy vélik, valamilyen munkát biztosan találnak. Csoportonként csak 1-2 diák tudja biztosra, hogy hazamegy szülővárosába. 	<ul style="list-style-type: none"> - meglepő és aggasztó a végzősök hozzáállása. Bizonytalanok, határozatlanok és közömbösek. „Remélik”, hogy el tudnak helyezkedni, ha már „minden tárgyból levizsgáztak”, de „majd kiderül a munkahelyeken”. - aggasztó továbbá, hogy a külföldi munkahely minden végzős csoportban feljött, hogy ha nem tudnak itthon elhelyezkedni, akkor külföldön „keresnek” pénzt, de nem a szakterületüknek megfelelő munkákban gondolkodnak. - saját vállalkozás gondolata nem jött fel egyik csoportban sem, miután rákérdeztem, azt mondták, túl nagy kockázat, gondolkodtak rajta, beszéltek tanárokkal is, de lemondtak róla, mint indulási lehetőségről
<i>Meglátása szerint milyen elvárásokkal áll majd szemben a munkáltatónál?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - a munkáltató részéről érkező elvárások közül elsőként említik a román nyelv ismeretét, viszont annak érdekében, hogy elsajátítsák nem tesznek. 	<ul style="list-style-type: none"> - szintén első helyen szerepel a román nyelv ismerete, viszont csak 4 ember számolt arról be, hogy nyelvismeretének fejlesztése érdekében konkrét lépéseket tesz. - vettek részt állásinterjún, állásbörzéken, a gyakorlott szakemberek elsőbbsége is felvetődött a végzős csoportokban. Már határozottabban látják, hogy sok gyakorlati ismeretre is szükség lenne a könnyű elhelyezkedéshez. A Babesen végzősök 45%-a külföldön akar elhelyezkedni, 20% akar csak hazatérni szülővárosába.
<i>Milyen javaslatai vannak az egyetemi képzést illetően? milyen tényezők növelnék az elégedettségét?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - az elsőéveseknek nem igazán volt értékelhető javaslatuk („legyenek könnyebbek a vizsgák”, „ne kelljen ilyen sokat tanulni”), viszont ők is felhozták a munkahelykeresésben való segítségnyújtást, mint az egyetem irányába való elvárást. 	<ul style="list-style-type: none"> - azok a tanárok, akik a gyakorlatban is művelik a szakmájukat sokkal hasznosabb órákat tartanak, így javasolják a gyakorlati szakemberek bevonását az oktatásba. - az Internetes anyagok inkább legyenek házi feladatok és kerüljön előtérbe az alkalmazhatóság, a gyakorlat, a cégekkel, munkáltatókkal való kapcsolat.

Forrás: saját elemzés, szerkesztés, 2018

4.1.2. Az interjúk elemzése

Kvalitatív kutatásom másik fontos pillérét a cégvezetőkkel készített félig strukturált interjúk jelentik. Az alanyokat úgy választottam ki, hogy ISCED szerinti szakterületenként kapjak releváns válaszokat. Tehát szakterületenként választottam két – két Erdélyben tevékenykedő munkáltatót. Nem konkrét kérdéseket tettem fel számukra, hanem csak témaköröket jelöltem meg, amiről aztán elbeszélgettünk, esetleg segédkérdésekkel pontosítottam a témát. Kutatási kérdéseimet a Manpower 2013-ban végzett vállalati kutatása inspirálta, ennek keretén belül a vállalatok 35%-a számolt be tehetséghiányról, a legfőbb akadályozó tényezőként a tapasztalat hiányát, hard és soft skills hiányokat és az iparágspecifikus képzés hiányát hozták fel.

A munkáltatói oldalról arra voltam kíváncsi, hogy mi a véleményük a frissen végzettek szakmai ismereteiről, hozzáértéséről. Rákérdeztem az esetleges hiányosságokra, azok okaira is. Továbbá kikértem a véleményüket az egyetemi oktatást illetően, milyen pozitívumokat tudnak felsorolni, milyen negatívumokat látnak és ehhez képest milyen javaslataik vannak az egyetemek felé. Az alanyaimat minden esetben arra kértem, hogy amennyiben a szakmai fórumokról, partnereikkel való találkozókról további véleményeket is fel tud hozni a témában, ossza azt meg velem is, ezáltal is teljesebb képet kapva a véleményükről. Az interjúk legfontosabb tanulságát a 2. táblázat foglalja össze.

2. táblázat: A félig strukturált interjúk eredményeinek összefoglaló táblázata

ISCED szakterületek	1. válaszadó	2. válaszadó
Oktatás	<i>Általános iskola igazgatója</i> A válaszai szerint a frissen végzett tanárok szakmailag felkészültek, nagy hiányosságot az elkötelezettségben, hivatástudatban, példamutató magatartásban lát. Nem tudják a friss végzettek, mivel állnak majd szemben a munkahelyükön.	<i>Felnőttoktatási központ vezetője</i> Nem alkalmaz frissen végzetteket, elsősorban azért, mert a felnőttek oktatásához életkorral járó tekintélyre is szükség van, de a szakmában szerzett tapasztalatot is kiemelte, mint nélkülözhetetlen tényezőt. Gyakran hív be interjúra kezdőket, éles szituációba állítva őket, tapasztalata szerint gyakorlatlanok és szituáció-megoldó képességük is gyenge, nem találják fel magukat a különböző helyzetekben, nem leleményesek.

ISCED szakterületek	1. válaszadó	2. válaszadó
Szolgáltatások	<p><i>Szálloda igazgatója</i> Minimális elméleti tudásra van szükség a munkavégzéshez, de fontos az egyetemi végzettség, a nyitottság, a kapcsolatok és az érdeklődési területek bővítése szempontjából. Tájékozottságra, a világ dolgaiban való jártasságra, kommunikációs készségre, nyitottságra elsődleges.</p>	<p><i>Utazási iroda vezetője</i> Szintén minimális az elméleti tudás szükségessége, sokkal inkább a modern technológiai eszközök iránti fogékonyság, tájékozottság, jó kommunikációs készség, problémamegoldó készség, nyelvismeret, érdeklődő szemléletmód kerül előtérbe. Szerinte a munkaadók bevonása az egyetemi életbe elengedhetetlen, ő maga is vállalná a közös munkát. Nagy feladatnak a fiatalok komfortzónájából való minél többszöri kimozdítást látja.</p>
Mezőgazdaság és állatorvos-tudomány	<p><i>Agrármérnök</i> Pozitív tapasztalatai vannak a friss végzősök terén, alkalmazkodnak, bizonyítani akarnak. Az egyetemen tanultak szerint nem alkalmazhatók az agrárium területén, mert általában nem egyeznek a technológiák, módszerek. Úgy tartja, ezt élesben, a terepen lehet majd elsajátítani, az egyetemen tanult újítások bevezetésére nem fogékony.</p>	<p><i>Állatorvosi szakrendelő vezetője</i> Nagyon fejlődik az állatorvostudomány technológiai háttere, a gépek, berendezések és ebben látja a problémát leginkább, hogy a hallgatók nem mindig tanulják meg alkalmazni az új eszközöket, azokat csak majd a szakvizsga után fizetős képzéseken tanítják meg, olykor ugyanabban a felsőoktatási intézményben. Gyakorló orvosok bevonását látná elsődleges fontosságúnak.</p>
Humán tudományok és művészetek	<p><i>Színházigazgató</i> A legnagyobb gond, hogy ha nincs tehetség, de van kitartás, lehet oklevelet szerezni. És ha már van oklevél, foglalkoztatni kell az illetőt. A tehetséges művészek nagy hiányossága az idegen nyelvismeret hiánya és a menedzsment-ismeretek hiánya.</p>	<p><i>Könyvtárigazgató</i> A szakma átalakult, a képzések még nem követték le a változást. Kommunikációs készségekre, szervezési feladatok ellátására, nyelvismeretre, PR szakismeretre egyaránt szükség van.</p>
Természettudományok, matematika és számítástechnika	<p><i>Kutató labor igazgatója</i> Igyekszik minden lehetőséget megragadni arra vonatkozóan, hogy minél több diák gyakorlatozzon nála és frissen végzetteket is alkalmaz. A természettudományokat el lehet sajátítani az egyetemen.</p>	<p><i>Programozó cég vezetője</i> Mivel a programozás egy nagyon gyors iramban fejlődő terület, nem lehet jól felkészíteni a hallgatókat, a tanárok is újra kellene évről évre tanulják a tananyagot. Ami még fontos, hogy konkurenciát nem akarnak nevelni az oktatók, így sajnos nem adnak át minden információt, tudást.</p>

ISCED szakterületek	1. válaszadó	2. válaszadó
Egészségügy és népjólét	<i>Egészségcentrum vezetője</i> Az orvostudományt kiegészítő területeket mostoha gyerekként kezelik az egészségügyben, pedig hasznosak, fontosok a népjólét szempontjából és az egyetemeken is jól el lehet sajátítani a szakma elméleti hátterét. Gyökeres változtatást javasol az ilyen szakmák esetében és pedig tanévenként fél év szakmai gyakorlatot.	<i>Kórházigazgató</i> Kutatásom során a kórházigazgatóval folytatott interjúban éreztem erős elutasítást. Teljesen elzárkózott minden oktatás-gyakorlat kérdéskörrel. Csúpn az alkalmazottak alacsony bérezéséről és a jó szakemberek külföldi munkakereséséről számolt be, mint súlyos probléma az egészségügyben. De az oktatást nem volt hajlandó értékelni és az oktatás -munkaerő-piac kapcsolatáról sem értekezett.
Műszaki tudományok, gépgyártás és építőipar	<i>Építkezési vállalat vezetője</i> Súlyos problémaként említi a gyakorlat hiányát az építészeknél és az elavult technikai eszközök ismeretét. Egy sikeres, jó képességű építésmérnök, ha kikerül a munkaerő-piacra minimum egy évig kell még egy gyakorlott építész mellett tanuljon, amíg képes önállóan elvégezni a munkáját. Ezért nem szívesen alkalmaz friss végzősöket.	<i>Gyártásautomatizálásra szakosodott vállalat vezetője</i> A szakterület oktatóival is jó kapcsolatot ápol, hogy a legjobb hallgatók közül toborozhasson cégéhez. A frissen végzetteket kisebb fizetés ellenében is el lehet csábítani és hamar beletanulnak a szakmába.
Társadalomtudomány, üzleti tudomány és jog	<i>Gazdasági és pénzügyi tanácsadó cég vezetője</i> Az üzleti területen tanulók nehezen találják a kapcsolatot, összefüggést a tanultak és a való gazdasági helyzetekben tapasztaltak között. A cégvezető a duális képzés bevezetését javasolta, nagyon gyakori üzleti tapasztalatok bevezetésével. A román és más idegen nyelvek ismeretének hiányát szintén felhozta, az üzleti életben minimumnak számít a román, magyar, angol nyelvek ismerete.	<i>Reklám, marketing és PR iroda vezetője</i> A problémák hasonlóak, mint a gazdasági képzések esetében. A cégvezetőnek sok tapasztalata volt frissen végzettekkel és látja a hiányosságokat, amelyek a tapasztalatra, az elmélet gyakorlatba ültetésére vonatkoznak itt is. Szintén a képzés átalakítását javasolja, ugyanis a tananyagot szinte bárki bárhol elérheti, a gyakorlatba ültetésének begyakorlása lenne a létfontosságú, sok konkrét helyzet szimulációja révén.

Forrás: saját elemzés, szerkesztés, 2018

4.1.3. Honlapelemzés

A honlapelemzés során a két nagy erdélyi magyar felsőoktatási szereplőt vizsgáltam meg, a Sapientia EMTE honlapját és a Babes-Bolyai Tudományegyetem magyar weboldalát. Az elemzés során kizárólag a B2B kommunikációra koncentráltam egy előre meghatározott szempontrendszer szerint. Arra a kutatási kérdésre kerestem a választ, hogy a felsőoktatási intézmények milyen formában kommunikálnak a gazdaság szereplőivel, a munkaerőpiaci „felvásárlókkal”.

Összefoglalva megállapítottam, hogy ezen weboldalak jól szerepelnek a keresőoptimalizálás terén, ahogy az elemzés mutatta, csak néhány hiba tűnik fel, látszik, hogy figyelmet fordítanak az online kommunikációra, de leginkább a potenciális hallgatók felé fordulnak, a beiskolázási marketing részeként és nem szentelnek figyelmet a vállalkozások irányába történő B2B online kommunikációra. Nem ismertetik az eddigi vállalkozói kapcsolataikat, nem tesznek közzé olyan információkat, rendezvényekre való meghívókat az elkülönített menüpontok alatt, amelyek a vállalkozók érdeklődését felkeltenék. Nincs lehetősége a vállalkozónak regisztrálni, megismerni, hogy az egyetem milyen együttműködési formákat nyújt (szakmai gyakorlat, közös kutatás, különböző más szolgáltatások).

A két egyetem honlapjának elemzése során azt állapítottam meg, hogy a cégvezetői igényeknek egyáltalán nem felel meg és a B2B kommunikációs alapelveket egyáltalán nem követi. Információkat kell szolgáltatnunk a vállalkozónak, be kell mutatni eddigi sikeres projekteket, aktuális, a gazdasági szereplők számára is fontos kutatási témákat, potenciális együttműködésre lehetőséget adó projekt-ötleteket. Ezekre az együttműködésekre az egyetemeknek nagyobb szüksége van, mint a gazdasági szereplőknek, és ennek függvényében kell úgy felépíteni a kommunikációt, hogy az megnyerő, gyors és tartalmas információt hordozzon, nem állíthatjuk kihívás elé a vállalkozót.

4.2. Kvantitatív kutatás – a szakmájukban elhelyezkedett végzettek tapasztalatainak mérése

Az online kérdőívet leginkább a legelterjedtebb közösségi média segítségével népszerűsítettem. A felhívásban az szerepelt, hogy megkérek minden olyan 2005 és 2016 között egyetemet végzett erdélyi magyart, aki szívesen hozzájárulna az egyetemek és a munkaerőpiac tevékenységének összehangolásához, hogy töltsse ki a kérdőívet, ezzel is segítve, hogy képet kapjunk arról, mennyire tudják az egyetemi évek alatt tanultakat hasznosítani a munkaerőpiacon. Azért választottam a 2005 és 2016 között oklevelet szerzőket kutatásomhoz, mert 2005-ben végzett az első évfolyam a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetemen. Ez az intézmény jelentősen megváltoztatta az addigi szerkezetet. És azért zártam a 2016-ben végzett generációval, mert úgy gondolom, kutatásom sikeréhez az tud igazán hozzájárulni, akinek van 1-2 év tapasztalata a munkaerőpiacon. A kutatásom egyik legfontosabb részét a klaszteranalízis révén kialakított szegmensek képezik, amit a 3. táblázatban foglaltam össze.

3. táblázat: A kialakított szegmensek megkülönböztető jegyeinek összefoglalója

Elnevezés	Csak lazán	Itthon maradok	Határozott karrierút	Anyanyelven is lehet karriert
Fő jellemző	Csak úgy beiratkozom, mégsem kezdhetek máris dolgozni.	Lakhelyhez közel, magyarul.	Speciálisabb területek, tudatosság. Nem fontos az anyanyelv	Határozott karrierterv, fontos az anyanyelv.
Legjellemzőbb számok	Az egyetem jó hírneve: 3,48 -Tanulhassak az anyanyelvemen – 3,51 Az oktatás színvonala – 3,93	Az egyetem legyen közel a lakhelyemhez: 5,52 Tanulhassak az anyanyelvemen: 5,28	A szakmában jó kereseti lehetőség: 4,28 Az oktatás színvonala: 5,21	Az oktatás színvonala: 5,5 Továbbtanulási lehetőség: 4,09 Anyanyelven tanulni: 5,03
Melyik egyetemen tanultak?	Legtöbben a BBTE-n, Sapientián.	75% Sapientián	46%-ban „más” egyetemen	51% BBTE 37% Sapientia
Milyen nyelven tanultak?	Magyar	Magyar	Román	Magyar
Román nyelvismeret	35% felsőfok 40,6 középfok	17% felsőfok 47% középfok	35% felsőfok 43% középfokon	20% felsőfok 50% középfok
Továbbtanulás	73%	54%	67,1%, 7,1% más alapszakon	67%
Szakmai hiányosságai	55%-ban saját maguknak köszönhetik	33% saját hibából 30% egyetemi oktatási rendszer 20% megváltozott szakmai környezet	58% - saját maguk a felelősök	42,1% Saját Magukat Hibáztatják 27,9% - Az Egyetemi Oktatási Rendszert 19,3% - a megváltozott szakmai körülmények
Fontos a klaszterről még	A szakmai érdeklődésük az egyetemen alakult ki, leginkább a gyakorlati példák érdeklik és az egyetemen tanultakat csak közepes mértékben tudják hasznosítani.	5 százalékuk felsővezető, 20% középsővezető, 22,4% jövedelme tehető 3500 lej fölé.	Nem vállalnának külföldön munkát, 73%-ban elégedettek a munkahelyükkel, 60%-uknál az egyetemen tanultak nélkülözhetetlenek a munkában, 54% szerint nincs összhang a tanultak és a munkahelyi elvárások között	90 százalék szerzett szakmai tapasztalatot az egyetemi idő alatt. A más klaszterekhez képest kisebb arányban helyezkedtek el.

Forrás: saját szerkesztés, elemzés, 2018

5. ÚJ ÉS ÚJSZERŰ TUDOMÁNYOK EREDMÉNYEK, KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Ebben a fejezetben mutatom be a kutatásom elején megfogalmazott hipotézisek verifikálását és ismertetem a doktori munkám során szerzett elméleti ismeretek és kutatási eredmények alapján megfogalmazott tudományos eredményeket és javaslatokat.

5.1. A hipotézisek és célkitűzések verifikálása

H1.: A Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem és a Babes Bolyai Tudományegyetem – a két nagy erdélyi felsőoktatási piaci szereplő – megítélése a végzetek körében szignifikáns különbséget mutat az oktatás minőségével való elégedettséget illetően.

A hipotézist elvettem, mert **sem a kérdőíves adatfelvétel sem a fókuszcsoportos vizsgálat során nem volt egyértelmű különbség a két nagy felsőoktatási intézmény megítélése között.** A Sapientia EMTE indulásának időszakában, az új szereplőt kétséggel fogadták a piacon, a középiskolák véleményformálói (tanárok, iskolaigazgatók), de a versenytársakban is volt erős ellenállás, kétkedés és a gazdasági szereplők is ódzkodtak az új intézmény végzetteitől. Ám jelen kutatási is bizonyítja, az intézménynek mostanra bizonyítottan is létjogosultsága van, azok, akiknek már sikerült is kipróbálni a felsőoktatási intézményektől kapottakat a munkaerőpiacon nem látnak eltérést a nyújtott szakmai háttér között.

H2. A felsőoktatásban tanultak munkaerőpiaci alkalmazhatóságának megítélésében szakterületenként nincsen szignifikáns különbség.

Hipotézisemet eddigi tapasztalataimra és a szakirodalomból olvasottakra alapoztam, azonban nem fogadtam el, ugyanis kutatásom alapján elmondható, hogy jelentős eltérés mutatkozik szakterületenként arra vonatkozóan, hogy az egyetemen tanultakat mennyire lehet a munkaerőpiacon alkalmazni. A kérdőíves kutatásomban több kérdés is foglalkozik különböző formában megközelítve a témával és mindannyiszor rákérdeztem, kiderült, hogy **szakterületenként másképp vélekednek az egyetemen tanultak hasznosíthatóságáról** azok a végzetek, akik kipróbálták magukat a munkaerőpiacon. **Szignifikáns különbség van a jelenlegi pozíció és a képesítés között, az állatorvos-tudomány (6/6), oktatás (5,57/6) és egészségügy (5,15/6) esetében volt a legnagyobb egyezés, míg a szolgáltatások területén a legkisebb az egyezés (3,25/6).** Ez természetesen attól is függ, hogy a szakterülethez mennyire széles az elhelyezkedési skála, mennyire egzakt egy-egy szakterület. A kérdőíves kutatást a vállalkozókkal, vállalatvezetőkkel készített interjú is alátámasztja, ők is a végzetek véleményével megegyezően fejtették ki véleményüket arra vonatkozóan, hogy mennyire szükséges a náluk való sikeres karrier kiépítéséhez az egyetemen tanított tananyag.

H3. Azoknak a szempontjából, akik már megmérettettek a munkaerőpiacon a felsőoktatás legnagyobb hiányossága a gyakorlati képésben rejlik.

A kvantitatív kutatás alapját képező kérdőívemben nyílt kérdésben kértem a válaszadókat arra, hogy fejtsek ki, mennyire készítik fel szerintük a felsőoktatási intézmények a valós

munkaerőpiaci helyzetekre a válaszadókat. **A kérdésnél 90%-os a válaszadási arány és a vélemények alapján egyértelműen elsődleges hiányosságként említik a válaszadók a tanultak gyakorlatba ültetésének nehézségét. Minden válaszban megjelenik ez a probléma, egyöntetűen válaszolják a végzetek, hogy a végzés pillanatában nem tudták a tanultakat alkalmazni,** hogy duális képzésre lenne szükség meg hogy a tanárok gyakorlati szakemberek bevonásával javíthatnának ezen a hiányosságon. Fontos ismét tudatosítanunk, hogy a válaszadók azon sikeres karriert befutó egykori diákok, akik végzettségüknek megfelelően elhelyezkedtek, tehát jó képességűek, a szakmájukhoz szükséges ismeretekkel rendelkeznek és mostanra már gyakorlati ismereteik is vannak az adott területen, így a válaszaikat a témában tényekre alapozzák és van is szakmai háttér, amivel alátámasztják. A hipotézist tehát elfogadom.

H4. A hallgatók egyetemválasztási motivációit vizsgálva döntő tényező, hogy milyen nyelven folyik az oktatás, és hogy mekkora távolság van a lakhelyük valamint a felsőoktatási intézmény között.

Jelen hipotézist elfogadom, mindenképp fontos tényezőként szerepel az anyanyelv a klaszterek kialakulásában, ezen tényező mentén szilárdan elkülönülnek egymástól az egyes klaszterek, van akinek elsődleges szempontként szerepel az anyanyelven való továbbtanulás az egyetemválasztásnál. **A szakma anyanyelven való elsajátítását fontosnak tartja az erdélyi magyarok jelentős része, a válaszadók 60%-a sorolta az egyetemválasztásnál döntő tényezők közé, a második legfontosabbként tényezőként kerülve ki így, az oktatás színvonala után.** Az is látszik a kutatásból, hogy a román környezetben való tanulás nem jelenti azt, hogy a román nyelvet jobban elsajátítja az ember. **A lakhely és az egyetem közti távolság sok válaszadónál felmerül, mint döntő tényező, van akinél az határoz, hogy közel legyen a felsőoktatási intézmény a lakhelyéhez (a válaszadók közel 45%-a), és van akinél meg épp fordítva merül fel a kérdés, szempont az, hogy minél távolabb tanulhasson a lakhelyétől (13%).** Az általam kialakított klasztereknél szintén ugyanez figyelhető meg, két klaszterben is marginális pont, egyikben éppen az, hogy közel legyen a lakhelyhez az egyetem, egy másik klaszterben meg épp az ellenkezője a döntő, hogy távol legyen a lakhelytől az egyetem, ahol továbbtanulnak.

H5.: A munkáltatók nem az elméleti ismeretek birtoklását tartják elsődleges fontosságúnak, amikor alkalmazottat választanak.

A kvantitatív kutatás során vizsgáltam a munkaerőpiacon sikeresen elhelyezkedők tapasztalatait, arra vonatkozóan, hogy a munkáltatónak milyen tényezők fontosak, amikor szakképzett munkaerőt alkalmaz. **A kilenc válaszlehetőség közül az elméleti ismeretek fontossága a hatodik helyre került, a válaszadók 21%-a szerint fontos ez teljes mértékben.** A válaszlehetőségek között olyan szempontok kerülnek az elméleti ismeretek elé a fontossági sorrendben, mint a kommunikációs készség, a csapatban való munkavégzésre való képesség, a román nyelvtudás, és a gyakorlati tapasztalatok. **A hipotézist elfogadom, a kvantitatív eredmények mellett a vállalatvezetőkkel készített interjúk is alátámasztják.**

A kvalitatív vizsgálat során folytatott interjúkban a vállalkozók, vállalatvezetők gyakorlatilag nem is említenek elméleti hiányosságokat, amit a frissen végzetek számlájára írhatnak, vagy amit az egyetemek elmulasztottak megtanítani. Sokkal inkább a rátermettséget, a szakmai tapasztalatot és a kommunikációs készséget, a különböző szituációkban való találékonyságot

hiányolják. Minden szakterületnél egyöntetű volt az alkalmazói oldal véleménye, több helyzetbe hozás szükséges, több, jobb és szorosabb együttműködés kell a majdani munkaadókkal és minden áldozatot meghozni az egyetemek részéről, hogy a hallgatók tapasztalatot, gyakorlatot szerezzenek. Az interjúalanyok arról is beszámoltak, hogy ők, de az ő üzleti partnereik, vállalkozó társaik is nyitottak az egyetemekkel, oktatókkal való együttműködésre, annak érdekében, hogy a friss végzősök több tapasztalattal, konkrét gyakorlati tudással kerüljenek ki a munkaerőpiacra. Ők is belátják, hogy nehéz olyan munkaerőt találni, ami megfelel az elvárásoknak, így nekik is tenni kell annak érdekében, hogy a fiatal generáció minél felkészültebben kerüljön ki az egyetemek padjaiból. A hipotézis bizonyított, így elfogadásra került.

C1. Célom, hogy megvizsgáljam a felsőoktatás aktív fogyasztóinak, azaz a jelenlegi hallgatóknak van-e jól átgondolt elvárási rendszere az egyetemekkel szemben és hogy meg tudják-e fogalmazni, milyen szolgáltatásokra, milyen képzésre van igényük, illetve szükségük a munkaerőpiacon való sikeres érvényesüléshez.

A primer kutatásokból kiderült, hogy itt egy olyan problémával állunk szemben, amit az egyetemek a középiskolákba visszanyúlva tudnának orvosolni. Az erdélyi fiatalok nem rendelkeznek az egyetemválasztás pillanatában olyan ismeretekkel, hogy az egyes szakterületek mit jelentenek, azok keretén belül milyen tananyagot kell majd elsajátítani és nem mindig tudják továbbgondolni, hogy azzal a munkaerőpiacon hogyan lehet majd elhelyezkedni, érvényesülni. **A fókuszcsoporthoz kiderült, hogy a jelenlegi egyetemisták sem tudnak maguknak egy karrier utat felrajzolni, nem rendelkeznek szakmai jövőképpel.** A kérdőíves kutatásban is volt ezirányú kérdés, hogy az egyetemválasztásnál mi volt a döntő tényező, ahol szintén az derült ki, hogy jelentős azon válaszadók száma, akik nem a szakmai kérdések mentén döntöttek.

Még a fókuszcsoporthoz vizsgálat és a kérdőívek feldolgozása előtt az volt a feltételezésem, hogy a jelenlegi egyetemi hallgatók nem rendelkeznek jól kiforrott elvárási rendszerrel az egyetemekkel szemben, ami be is igazolódott a vizsgálat során, Az erdélyi közoktatás alapvető problémájának tekintem, hogy nem kerül sor középiskolában megfelelő karrierpálya tervezésre a diákok körében.

C2. Disszertációm egyik céljául tűztem ki, hogy az egyetemek és a vállalati szféra közti kommunikációs formákat megvizsgáljam, figyelmet fordítva az egyetemek irányából történő intézményes, szervezett B2B kommunikációra.

A jelen kutatás részét nem képezte a támogatásszervezésre vonatkozó kitekintés illetve az intézmények azirányú magatartása, viszont előzőleg végeztem felméréseket, amiből az derült ki, hogy alapjában véve gondolkodnak rosszul a támogatásszervezésről a nonprofit szervezetek hazánkban. Ami már nyugaton bevett szokás, hogy adok-kapok formában igyekeznek támogatást gyűjteni, az nálunk még nem ismert. **Az egyetemek honlapjait elemezve a B2B kommunikáció után kutatva láttam, hogy a legtöbb helyen van egy támogatók fül, ahol nyersen, tárgyilagosan leírják, hogy milyen támogatási formákra vevők az intézmények és felsorolják eddigi támogatóikat, listászerűen.** Nincsen érzelmekre ható rész, hiányoznak az élménybeszámolók. És teljes mértékben hiányzik az a rész, amit jelen kutatás szempontjából elvártam volna, hogy együttműködésre hívja a vállalkozókat az egyetem, felsorolva több

lehetőséget, bemutatva olyan pontokat, ahol az egyetem tud segíteni a gazdasági szereplőknek. **Ha az intézmények tudják is, hogy milyen szinergikus együttműködésekre lenne lehetőség az egyetemek és a vállalkozók között, azt nem kommunikálják a gazdasági szereplők felé.**

C3. Kvalitatív kutatásomban is figyelmet szenteltem annak, hogy vizsgáljam, mit tartanak elsődleges fontosságúnak a munkáltatók, amikor munkaerőt választanak. Vizsgálni kívántam a munkáltatói elvárásokat, tapasztalatokat.

A munkáltatókkal folytatott interjúkból kiderült, hogy **a szakirányú munkavégzéshez az egyetemen tanultakra a legtöbb válasz alapján szükség van, de korántsem ez az elsődleges fontosságú**, az eredményes munkavégzéshez a munkaadók szerint sok más tényezőre is szükség van, többen említik a tapasztalatot, a gyakorlati ismereteket, mint nélkülözhetetlen kompetenciát, de felmerül a nyelvismeret, a kommunikációs készség is.

Mindhárom vizsgált szegmens (jelenlegi hallgatók, végzetek, vállalatvezetők) egyöntetűen arra világított rá, hogy a legnagyobb hiányosság a következőkben rejlik: az egyetemeknek nem sikerül az elméleti anyag gyakorlatba ültethetőségét a diákokkal megértetni és sokkal több lehetőséget kellene teremtsenek a tanultak gyakorlati alkalmazhatóságának bemutatására és olyan szituációkat kellene teremtsenek, ahol a diákok maguk kipróbálhatják, amit megtanultak a tanórák keretén belül. A vizsgálatok során egyértelművé vált, hogy a munkáltatók jelentős része nagyobb szerepet szeretne kapni a felsőoktatási képzésben, hogy érvényesítsék véleményüket, tapasztalataikat.

5.2. Az új és újszerű tudományos eredmények bemutatás

A bemutatott szakirodalom és saját kutatásom alapján megfogalmazott eredményeket és a hozzájuk kapcsolódó javaslataimat a következőkben foglalom össze:

E1. Kialakítottam a felsőoktatásra, mint szolgáltatásra fókuszáló, az aktuális felsőoktatási trendeket is magába foglaló elméleti modellt, amely a GAP modellre és a HIPI elvre épül.

A modell célja, hogy a modern technikai eszközök alkalmazását javasolva csökkentse a szolgáltató (felsőoktatási intézmény) és a fogyasztó (hallgató) közti szakadékot (information GAP). A rendelkezésünkre álló eszközök alkalmazásával (előadások videófelvétele, online szórása, interaktív platformok kiépítése, online feladatsor készítése, online számonkérési módszerek) már elegyíthető a két típus: a felsőoktatás egy része történhet az igénybevevő természetes környezetében (az okostelefon, tablet és tárolhatóság révén bárhol, bármikor elérheti az adott anyagot.), és a személyes konzultációk, a gyakorlatok történhetnek a szolgáltató intézményben. A vegyes modell egy új elvárást is szül, a szolgáltatónak rá jellemző, felhasználóbarát online térre is szüksége van.

Az oktató mondandójának videón történő rögzítése és online közzététele mind csökkenti a változékonyságot (az oktató aznapi hangulata nem befolyásolja a szolgáltatás minőségét), megszünteti az elválaszthatatlan jelleget (bárhol legyen is a diák, hozzáférhet) és tárolhatóvá teszi az adott anyagot (A HIPI elv kiküszöbölése).

J1.1. A GAP modellbe a szakmájukban tevékenykedő, munkaerő-piaci tapasztalattal rendelkezők tapasztalatait javasolom beépíteni, annak érdekében, hogy a diszkrepancia úgy csökkenjen, hogy a felsőoktatás eredményessége növekedjen. (Az eredményt kvantitatív kutatás és a fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálat következtetéseire építem.)

J1.2. A technológiai fejlesztések révén kialakult új trendek felsőoktatásba való beépítését javasolom, ezek révén a HIPI elvben felsorolt problémák érvényüket veszítik: a felsőoktatás, mint szolgáltatás már nem küzd az elválaszthatatlanság problematikájával, kevésbé lesz változékony és részben tárolhatóvá válik.

J1.3. Amennyiben a felsőoktatási intézmények sikeresen beépítik a hétköznapi oktatási módszerek közé az új trendek által nyújtott lehetőségeket, marketing szempontból javasolom az online tér elrendezésére való figyelemfordítást. Ugyanis, amíg a szolgáltatásmoделlek szerint a szolgáltatás helyszínére nagy hangsúlyt kell fektetni, hogy az elégedettséget, bizalmat növelje a szolgáltató, úgy most igaz ez az online térre is, ahol kommunikál a hallgatóval, ahol közzéteszi a tananyag online részét.

E2. Bebizonyítottam a fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálat és a kérdőíves kutatás alapján, hogy a hallgatók igen jelentős része nem tudatosan választ szakmát, nem ismerik az egyes szakmák tartalmát és nem rendelkeznek szakmai jövőképpel.

A kutatásba bevont jelenlegi hallgatók jelentős hányada nem rendelkezik konkrét célokkal a jövőre vonatkoztatva, nem úgy választott szakmát, hogy az a hosszú távú céljaiba is illeszkedjen, hiszen nincsenek jól körülhatárolt céljaik megfogalmazva. A válaszadók egyetemi oktatással szembeni elvárásai sem tisztázottak, sőt gyakorlatilag hiányoznak. Egyetemistaként nem gondolkodnak, azon, hogy elhelyezkedési esélyeiket hogyan tudnák növelni, így az extrakurrikuláris tevékenység sem keltik fel érdeklődésüket, de milyen nem meghatározott cél vezet, így gyakorlatilag egy próba számukra az adott képzés. A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések elemzése alapján arra az eredményre jutottam, hogy a ma egyetemistája már nem a szokványos modell szerint gondolkodik, hogy egy szakterületben elmélyül, és abban tevékenykedik élete végéig, sokkal inkább a jelen generációra jellemző magatartás érvényesül ebben az esetben is, hirtelen döntés alapján, minden tervezés nélkül kipróbál egy egyetemet és azon belül egy tudományterületet, de ha közben vagy ezután más is megtetszik, abban is elmélyül, de még ezek után is megtörténik, hogy ezekben sem képzelel el magát hosszú távon és újabb próbálkozásokat tesz, újabb területeket választ, még mindig anélkül, hogy azzal terveit lennének. Ennél a generációnál minimálisra csökkent a tervezés szükségessége, elsősorban a technikai eszközöknek köszönhetően és a fizikai távolságok jelentőségének csökkenése révén.

J2.1. Javasolom, hogy az egyetemek nyúljanak vissza a középiskolások körébe és vállalják fel a karrierutak bemutatását, egyfajta karriertanácsadást végezve, megismertetve a középiskolásokkal az egyes szakterületeket, az azok által kínált kifizetési lehetőségeket, például sikertörténetek révén.

J2.2. A kérdőíves kutatásom során érkező válaszok feldolgozása során szegmenseket alkottam és azokat külön-külön részletesen elemeztem, javasolom azok figyelembevételét egy-egy marketingkommunikációs kampány kidolgozásában.

J2.3. A kérdőívre adott válaszok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy jelentős azon munkaerőpiaci sikerekkel rendelkezők aránya, akik egyáltalán nem tudatosan építették a karrierjüket („Csak lazán” klaszter). Javaslom az egyetemeknek, hogy különös tekintettel forduljanak ezen szegmens tagjaihoz, ugyanis az ő felelőségük, hogy ezen szakmailag bizonytalan hallgatókkal megszerettessék a szakmát, amit „csak úgy, lazán” választottak és felkészítsék a munkaerőpiaci elvárásoknak való megfelelésre.

E3. Megállapítottam a szakértői mélyinterjúk és a kérdőíves kutatás eredményei alapján, hogy a munkáltatók nem az elméleti ismereteket tartják elsődleges fontosságúnak, amikor munkaerőt választanak, de hangsúlyozzák az egyetemi képzésben való részvétel fontosságát. Fontos hiányosságnak tartom (a honlapelemzésemre támaszkodva) az egyetemek részéről való B2B kommunikáció hiányát.

A munkaerőpiacon sikeresen elhelyezkedettek egyöntetűen azt hangsúlyozták, hogy az elméleti ismeretek gyakorlatba ültethetőségét kell az egyetemeknek megtanítani, át kell gondolniuk szakterületenként a tananyagot, a használható, fontos és azonnal gyakorlatba ültethető részekre fektetni a hangsúlyt és a felszabadult helyet pedig töltse ki a gyakorlat, intézmények, cégek, gyakorlati szakemberek bevonása elengedhetetlen a versenyképes tudás biztosításához és velük közösen olyan gyakorlati példákat és feladatokat kell a hallgatók elé állítani, ami a munkarőpiacon való érvényesülést megkönnyíti. Az interjúalanyok véleményét összegezve elmondható, hogy részükről a nyitottság megvan, szívesen dolgoznak együtt az egyetemekkel és számolnak be a piaci tapasztalataikról. Az egyetemeknek ezzel a lehetőséggel élni kell, úgy, hogy ne sérüljön az autonómiájuk és az átadandó tudás, ismeret se csorbuljon.

J3.1. Javaslom egy tehetség gondozási mentorprogram beindítását és bár Romániában nincsen törvényi keret a duális képzésre, ez kivitelezhető az oktatók hozzáállása és az intézmény egészének a munkája révén. A kutatásom azt bizonyítja, hogy a munkaadói szféra nyitott ezen kérdés iránt, szívesen bekapcsolódnának az egyetem munkájába. Egy hármassztruktúrájú programot javaslok, az oktatóknak kell vállalni a közvetítő szerepet és a támogatást, irányítást, a vállalatvezető részéről tanácsra, tapasztalatra legyen csak szükség.

J3.2. Az erdélyi egyetemek honlapján tapasztalható minimális B2B irányba történő kommunikáció újragondolását és a lehetőség maximális kihasználását javaslok, amint ez a kutatásból is látszik, nem a nemzetközi minőségbiztosítási listákon való siker számít a munkáltatónak és a frissen végzett munkavállalónak. Sokkal inkább fontos az ő tapasztalataiknak, javaslataiknak a rendszerezése és az oktatásba való beépítése. Hangsúlyozom, mindezt akkor lehet eredményesen művelni, ha rendszeres felmérésekre és azok újbóli becsatolására kerül sor.

E4. Igazoltam, hogy a felsőoktatásban tanultak munkaerőpiaci alkalmazhatóságának megítélésében szakterületenként eltérés mutatkozik, ezért szükséges a szakok termékmárkáként való kezelése.

J4.1. A felsőoktatás és a vállalkozói szféra együttműködése, a rendszeres, alaposan kidolgozott és szervezett közös projektek elengedhetetlenek. Javaslok, hogy szakterületenként legyen néhány olyan nyitott munkaadó bevonva, akik tanácsadói csapatként rendszeresen konzultálnak az oktatókkal és a tananyag gyakorlati részét együtt dolgozzák ki. Javaslok továbbá a

munkaadói közeg és a munkavállalók tapasztalatainak összehangolását és az oktatási rendszerbe való beépítését. (E3, E4 alapján)

J4.2. A felsőoktatási intézményeknek be kell látni, hogy nem elég az intézmény összimázsával foglalkozni, mivel szakterületenként jelentős különbségek vannak a végzettek és a munkaadók megítélése szerint egyaránt, ezért javaslom az egyes szakterületek termékmárkaként való felfogását és az eszerint való marketing kiépítését.

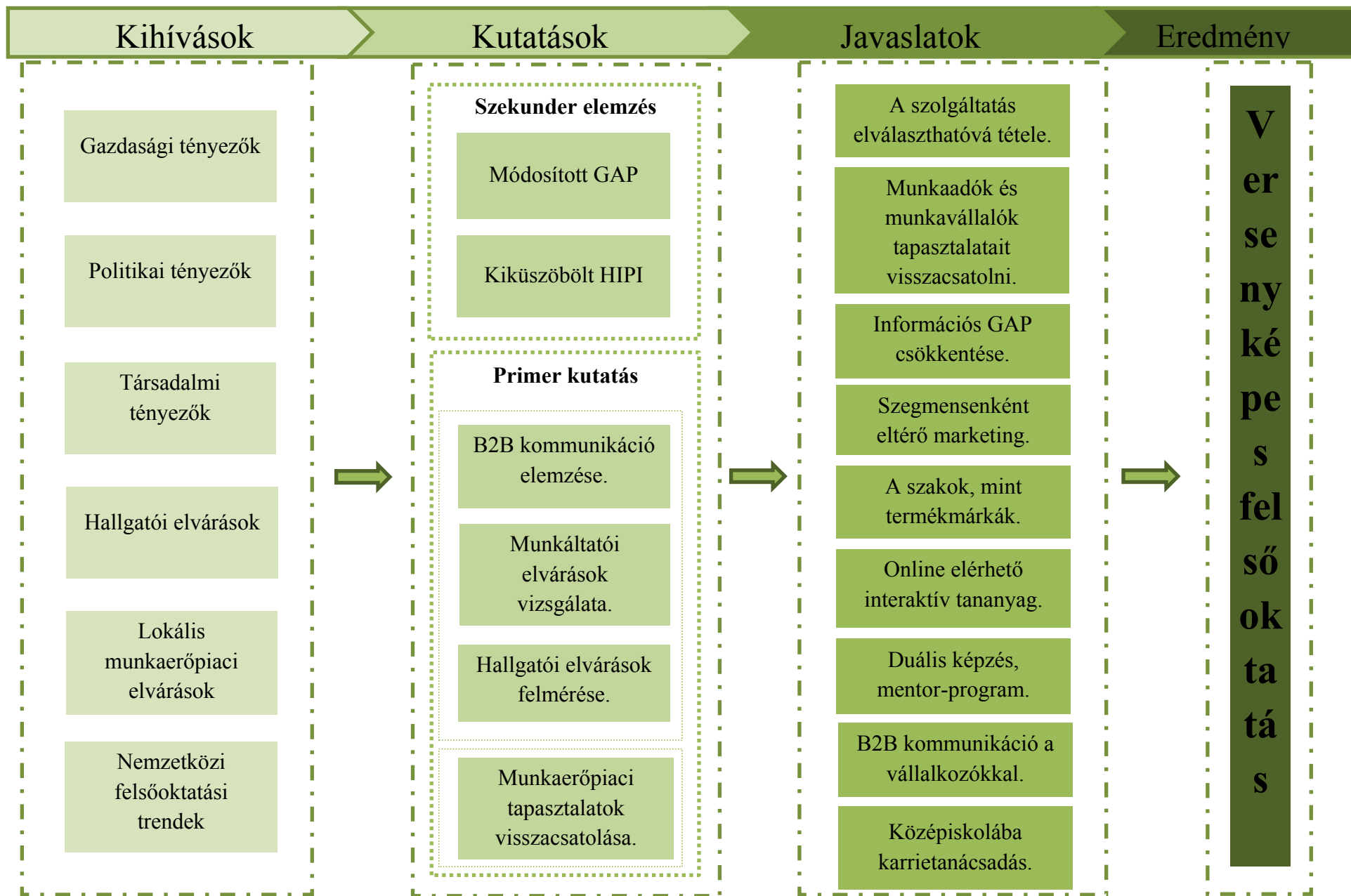
E5. A disszertációm tudományos eredményeinek összegzéseként kidolgoztam egy új felsőoktatási modellt, amelynek célja, hogy az erdélyi felsőoktatási intézmények számára megkönnyítse a versenyképessé válást.

A 40. ábrán bemutatott modell első nagy egységét, azaz az inputját a gazdasági tényezők, a politikai, társadalmi hatások valamint a hallgatói és a munkaerőpiaci elvárások és végül a nemzetközi felsőoktatási trendek teszik ki. Ezen tényezők elemzése és figyelembe vétele szükséges akkor, amikor a felsőoktatás versenyképességét növelő modellt kívánunk kidolgozni és gyakorlatba ültetni. Ezen inputok különböző – a jelen disszertáció elméleti áttekintésében részletezett - módszerekkel való elemzése alapján kell döntenie a bizonyos kutatási módszerek mellett és figyelembe kell venni a kutatások tartalmi kérdéseinél egyaránt.

A második nagy egység a modell egyedi elemeit tartalmazza, itt jelenik meg az általam felállított elméleti modell (részletesen bemutatva az E1-ben) illetve a kvalitatív és kvantitatív kutatásaim. Az elméleti modell a HIPI elvet és a GAP modellt kombinálja, csökkentve a szolgáltató és az azt igénybe vevő közti információs szakadékot. Továbbá kidolgoztam egy kérdőívet, amely a végzett, szakterületeiken sikeresen elhelyezkedett, munkaerőpiaci tapasztalattal rendelkezőket célozza meg. Emellett a B2B kommunikáció vizsgálatára, a hallgatói igények fókuszcsoporthoz felmérésére és a régió munkáltatóival készített félig strukturált szakértői mélyinterjúkra épül a modell ezen része.

Az általam felállított modell harmadik pillére tartalmazza a kutatásaim eredményeit és az arra épített javaslatokat, amelyek hozzájárulnak a szolgáltató és a fogyasztó közti információs szakadék csökkentéséhez, a szolgáltatás alapvető jellegének (változékonyság) a minimalizálásához. Továbbá hozzájárul az egyetemi képzés munkaerőpiaci megfelelésének növeléséhez, azáltal, hogy már a középiskolában elkezdődik egy karriertanácsadási program és a sikeresen elhelyezkedett végzettek és a munkaadók tapasztalatai, javaslatai beépítésre kerülnek az oktatásba. A kutatásom alapján javasoltam a szakokat, mint termékmárkákat meghatározni és aszerint dolgozni ki az őket népszerűsítő marketingkommunikációt. A klaszteranalízis eredményeképp meghatározott szegmensek pedig a célcsoport szegmentálásában és a hatékonyabb piaci pozicionálásban segítenek.

Jelen modell (2. ábra) abban az esetben járul hozzá egy adott felsőoktatási intézmény versenyképességének növeléséhez vagy annak fenntartásához, ha minden elemét magáévá teszi az intézmény minden szereplője és rendszeresen újra és újra alkalmazzák. A felsőoktatás környezetének és érintettjeinek változó jellege ugyanis nem engedi, hogy a modellben szereplő kutatásokat egyszer elvégezve és a javaslatokat az alapján betartva tartós versenyelőnyre tegyen szert a szervezet. A környezetet figyelni kell folyamatosan, a kutatásokat rendszeresen újra el kell végezni és azok eredményeit mindig beiktatni a hétköznapi működésbe.



6. IRODALOMJEGYZÉK

1. BABBIE, E. (1995): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó. Budapest. ISBN 963 506 039 4.
2. Instituții de învățământ superior. Forrás: International Standard Classification of Education: ISCED Forrás: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_Standard_Classification_of_Education_\(ISCED\)](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_Standard_Classification_of_Education_(ISCED)) Keresőprogram: Google. Kulcsszavak: international classification in higher education. Lekérdezés időpontja: 2018.01.26.
3. LOVELOCK, C. H. (1983): Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights.
4. PARASURAMAN, A. – ZEITHAML, V. – BERRY, L. (1985): A Conceptual Model of Services Quality and its Implications for Future Research. In: *Journal Marketing*, Vol. 49, 41-50. p.
5. PISKÓTI, I. (2016): Businessmarketing-menedzsment, Üzleti döntések, kapcsolatok marketingtámogatása. Akadémiai Kiadó. Budapest. ISBN 1787-3703
6. SAJTOS, L. - MITEV, A. (2007). SPSS Kutatási és Adatelemzési Kézikönyv. Alinea. Budapest
7. TOMCSÁNYI, P. (2000): Általános kutatómódszertan. Az ismeretalkotás és -közlés tudományosztól független elmélete és gyakorlata. Szent István Egyetem. Gödöllő. ISBN 963 86097 0 2
8. TÖRŐCSIK, M. (2015) - A hatékony marketingkommunikáció kidolgozásának lépései, In: REKETTYE GÁBOR, TÖRŐCSIK MÁRIA, HETESI ERZSÉBET (szerk.): *Bevezetés a marketingbe*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2015. pp. 273-296.
9. TÖRŐCSIK, M. (2014) - Generációs gondolkodás - kutatás a Z és az Y generációról, életstílus csoportok In: KOMMUNIKÁCIÓ A FIATAL GENERÁCIÓKKAL A "Z" ÉS AZ "Y" GENERÁCIÓ MEGSZÓLÍTÁSA KONFERENCIA TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 számú „Tudománykommunikáció a Z generációnak” projekt
10. TÖRŐCSIK M. (2010) - A fiatalok fogyasztói magatartása – az egyetemek fő célcsoportjának megértése, In: TÖRŐCSIK M, KURÁTH G (szerk.): *Egyetemi marketing: marketing a felsőoktatásban*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, 2010. pp. 123-139.
11. YAKOV B-H., (2006): Info-Gap Decision Theory: Decisions Under Severe Uncertainty. Elsevier
12. ZEITHAML, V. A. – PARASURAMAN, A. – BERRY, L. L. (1985): Problems and Strategies in Services Marketing. In: *Journal of Marketing*, Vol.2 33-46. pp.

7. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓK

Könyvrészlet:

1. Reicher Regina Zsuzsánna, Kádár Beáta (2017): Interaction of the higher education and the corporate sector, In: Reicher Regina Zsuzsánna, Kozma Tímea, Varga Erika (szerk.), Thinking Together: The economy in practice. 151 p. Budapest: Óbudai Egyetem, 2017. pp. 29-43. ISBN: 978-963-449-033-3; 978-963-449-034-0

Publikáció referált folyóiratban, idegen nyelven:

1. Kádár Beáta, Szabó Zoltán – Higher education learning outcome and its applicability on the labour market, In Acta Carolus Robertus, Vol. 8, nr. 1., Líceum kiadó, Eger, 2018, 103-114.
2. Kádár Beáta - Including labour market proposals in higher education offers, In Acta Oeconomica Universitatis Selye, International scientific journal, Vol. 6, No. 2., Komarno, 2017, 89-100.

Publikáció referált folyóiratban magyar nyelven:

1. Kádár Beáta - Az erdélyi magyar felsőoktatás és a munkaerőpiac kapcsolata. In: Opus et Educatio; Vol 5, No 2 (2018): 17. szám ISSN 2064-9908.

Publikáció konferencia kiadványban idegen nyelven (full paper)

1. Kádár Beáta, Reicher Regina Zsuzsanna - Education Supported by SME vs. SME Supported by Education, In: Reicher Regina Zsuzsanna (szerk.) FIKUSZ 2016 - Symposium for Young Researchers: Celebration of Hungarian Science 2016 : Budapest, 25th november 2016: Proceedings of FIKUSZ 2016. 181 p. Konferencia helye, ideje: Budapest, Magyarország, 2016.11.25 Budapest: Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, 2016. pp. 73-79.
(ISBN:978-963-449-012-8)
2. Kádár Beáta - The brand personality of the Sapientia Hungarian University of Transylvania, in International Journal of Business and Management Studies Vol 5, no 1, 2013. ISSN: 1309-8047 (Online), pp. 81-91
3. Kádár Beáta - Conscious Marketing Communication in higher education, Or on which distinctive features should build its marketing a small town university from Transylvania, in Breakthrough Points of World Economy in the 21st Century ISBN 978-963-269-319-4, Gödöllő, 2012, pp. 99-105

Publikáció konferencia kiadványban magyar nyelven (full paper)

1. Kádár Beáta - A beiskolázási marketingtevékenység eredményességének vizsgálata a Sapientia EMTE Csíkszeredai kara esetében, Nyitra, 2016 - Legal, economic, managerial and environmental aspects of performance competencies by local authorities, ISBN 978-80-552-1614-0, pp. 125-132