

Kéri Anita

**A külföldi hallgatók elégedettségét és lojalitását befolyásoló tényezők
feltárása a Szegedi Tudományegyetemen**

Doktori értekezés tézisei

Szeged, 2020

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar
Közgazdaságtani Doktori Iskola

**A külföldi hallgatók elégedettségét és lojalitását befolyásoló tényezők
feltárása a Szegedi Tudományegyetemen**

Doktori értekezés tézisei

Témavezető:

Prof. Dr. Hetesi Erzsébet
egyetemi tanár
Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Szeged, 2020

Tartalomjegyzék

1. A téma indoklása	2
2. A kutatás célja és hipotézisei	3
3. Az értekezés felépítése és az alkalmazott módszerek.....	8
3.1. Az értekezés felépítése	8
3.2. Kutatási módszertan.....	9
4. Az értekezés főbb eredményei, tézisek.....	13
5. A kutatás korlátai, jövőbeli kutatási irányok	17
A téziszűzet hivatkozásai	19
A szerző értekezésének témaköréhez kapcsolódó publikációi.....	22
A szerző egyéb tudományos publikációi.....	24

1. A téma indoklása

Az utóbbi években a felsőoktatás és annak nemzetköziesedése külföldön és Magyarországon is az egyik leginkább kutatott területté vált (Hetesi – Kürtösi 2008; Alves-Raposo 2009; Malota 2016; Papanthymou – Darra 2017; Berács et al. 2017). Habár ellentmondásokkal is találkozhatunk – mi szerint a hallgatókat küldő országok és intézmények a mobilitás és a külföldön való tanulás fontosságát hangsúlyozzák, ám kiemelten fontos számukra a hallgatóik megtartása is – a Magyarországon tanuló külföldi hallgatók száma folyamatos növekedést mutat (Berács et al. 2017; Kovács – Temesi 2018). A nemzetközi hallgatói létszám emelkedésével egyre intenzívebb lett az érdeklődés a külföldi hallgatók elvárásainak, elégedettségének és lojalitásának megismerése iránt, a hallgatók igényeinek kielégítése pedig a változatos felsőoktatási kondíciók mellett kulcsfontosságú (Polónyi 2016). Az említett fogalmak kapcsán azonban több kérdés is felmerülhet. Hogyan értelmezhető az elvárások, elégedettség és lojalitás fogalma a felsőoktatásban külföldi hallgatók esetén? Mely tényezők járulhatnak hozzá a külföldi hallgatók elégedettségéhez és lojalitásához? Létezik-e külföldi hallgatói lojalitás és ha igen, az miben nyilvánul meg?

A szakirodalmi feltárás során kevés olyan kutatásra derült fény, melyek a nemzetközi hallgatók ország- és egyetemspecifikus elvárásaival, elégedettségével és lojalításával foglalkoznak. A kutatások többségében az egyes szerzők sok esetben – előzetes kvalitatív feltárás hiányából eredően – saját maguk kategorizálják a hallgatók elvárásait, valamint az elégedettség és a lojalitás tényezőit (Anderson 2007; Giner – Rillo 2016). Meglepő a kvalitatív kutatások elenyésző száma, hiszen e módszertan sokszínűsége olyan eredmények felfedezéséhez járulhatna hozzá, melyek a témakör mélyebb és tágabb megértését segítenék elő. Az átfogó kutatások hiánya szükségessé teszi azt, hogy az említett tényezőket (elvárások, elégedettség, lojalitás) együttesen vizsgáljuk annak érdekében, hogy megértsük milyen nemzetközi hallgatóként külföldön tanulni. A kutatók sokszor más és más megközelítésben vizsgálják az elvárások, elégedettség, lojalitás és szájreklám tényezőket a felsőoktatási kutatásokban (Alves – Raposo 2009). A kutatásokban közös az intézményre és az intézmény szolgáltatásának minőségére való összpontosítás. Amíg a kutatások java része az intézményre és az általa nyújtott szolgáltatásminőségre koncentrálna, elenyésző azoknak a kutatásoknak a száma, melyek középpontjában a hallgató teljes külföldi tanulással való elégedettsége áll, és ez által a szakirodalom nem kutatja mélységeiben, hogy milyen külföldön, jelen esetben Magyarországon tanulni.

A vizsgált fogalmak többnyire közvetetten mérhetők, ezért látens változóként értelmezem őket. A kutatási kérdések megválaszolásához és a hipotézisekről való döntéshez a látens változók közötti kapcsolatot vizsgálom meg strukturális egyenletek modellje (SEM – structural equation modeling), azon belül pedig a parciális legkisebb négyzetek (PLS – partial least squares) segítségével, mely módszertan marketing és felsőoktatási kutatásokban is egyaránt használható (Lee 2010; Kazár 2014; El-Hilali et al. 2015; Giner – Rillo 2016).

2. A kutatás célja és hipotézisei

Dolgozatom kapcsán az alábbi kutatási kérdéseket fogalmaztam meg. Az elvárások értelmezhetők-e az egyetemmel kapcsolatos és egyetemen kívüli tényezőkkel szemben támasztott elvárások összességéeként? Lehetséges-e és értelmezhető-e az elégedettség két különböző aspektusának (egyetemmel kapcsolatos, egyetemhez szorosan nem kapcsolódó) vizsgálata a külföldi hallgatók körében? Mely tényezők hatnak az egyetemmel és egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre? Az egyetemmel és egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettség hatással van-e a külföldi hallgatók lojalitására? A kutatási kérdések megválaszolásához szekunder és primer kutatást végeztem, valamint kvalitatív és kvantitatív módszertant is alkalmaztam.

A jelen disszertáció célja az volt, hogy feltárja a felsőoktatás, mint szolgáltatás szakirodalmában jelenlévő fehér foltokat, majd pedig a Szegedi Tudományegyetem példáján keresztül megvizsgálja, hogy milyen egyetemi és nem egyetemi tényezők befolyásolják a külföldi hallgatók elégedettségét, és az elégedettség miként hat a lojalitásra.

Az első kutatási kérdésre (*Az elvárások értelmezhetők-e az egyetemmel kapcsolatos és egyetemen kívüli tényezőkkel szemben támasztott elvárások összességéeként?*) a szakirodalom után a kvalitatív kutatás is választ adott, hiszen feltártam kimondottan egyetemre vonatkozó elvárásokat (Byrne et al. 2012; Cheng 2014) és nem szorosan egyetemhez kapcsolódót is (Aldemir – Gülcan 2004; Byrne – Flood 2005). Ezen felül a kvalitatív kutatás eredményei azt mutatták, hogy a külföldi hallgató elvárásai között szerepeltek az egyetemhez és ahhoz szorosan nem kapcsolódó tényezők is, így azt gondolom, hogy az elvárások értelmezhetők a két tényező (egyetemhez kapcsolódó és nem kapcsolódó) összességéeként.

Továbbá az előző fejezetek alapján láthattuk, hogy a felsőoktatás szakirodalmában számos kutatás foglalkozik ezen elvárások és az elégedettség közötti kapcsolat feltárásával, melyek közül sok tanulmány a SERVQUAL minőségkonceptiója alapján hasonlítja össze a

hallgatói elvárásokat és a tapasztalatot (Yousapronpaiboon 2014; Jager – Gbadamosi 2013; Chui et al. 2016), így meghatározva a hallgatók elégedettségét. Más vizsgálatokban fogyasztói indexekre alapozva kutatják a hallgatók elégedettségét, melyekben az elvárások, mint elégedettséget befolyásoló tényező vannak jelen (Pinto et al. 2013; Eurico et al. 2015; Shabsavar – Sudzina 2017). A jelen disszertációban a külföldi hallgatók külföldi tanulási folyamatának egyik lépéseként jelennek meg az elvárások, melyet követő lépés az elégedettség, így a kettő között kapcsolatot vélek felfedezni. Ezen következtetés és a szakirodalmi feltárás alapján az alábbi hipotézisek állíthatók fel:

H1: Az elvárások hatással vannak az egyetemmel kapcsolatos elégedettségre.

H2: Az elvárások befolyásolják az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettséget.

Második kutatási kérdésemben azt vizsgáltam, hogy *lehetséges-e és értelmezhető-e az elégedettség két különböző aspektusának (egyetemmel kapcsolatos, egyetemhez szorosan nem kapcsolódó) vizsgálata a külföldi hallgatók körében?* Erre a kérdésre a szakirodalom mellett a kvalitatív kutatás is választ adott, hiszen a mellett, hogy a szakirodalomban mindkét aspektusra találunk példát (Alves – Raposo 2009; Mekic – Mekic 2016), a kvalitatív kutatás is felfedte a két szempont jelenlétét a Szegedi Tudományegyetemen tanuló külföldi hallgatók körében.

A korábbi kutatási kérdéshez szorosan kapcsolódik a harmadik kérdés, mely azt vizsgálja, hogy *mely tényezők hatnak az egyetemmel és egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre?* Először is az egyetemmel kapcsolatos elégedettséget befolyásoló tényezőket és azok csoportosítását vizsgálom meg. Az egyetemmel kapcsolatos elégedettségmérések legtöbbször a szolgáltatás minőségének elemeit kutatják saját maguk által meghatározott dimenziók mellett (Lee 2010; El-Hilali et al. 2015; Cardona – Bravo 2012; Owlia – Aspinwall 1996; Lenton 2015; Elliot – Healy 2001). Elliot és Healy (2001) tizenegy dimenzió mentén mérték a hallgatói elégedettséget, mely dimenziók a felsőoktatás hatékonysága, az egyetemi légkör, az egyetemi élet, egyetemi kiegészítő szervezetek, egyén támogatása, hatékonyság, pénzügyi segélyezési hatékonyság, beiratkozásnál történő hatékonyság, biztonságérzet, szolgáltatási kiválóság, és hallgatóközpontúság voltak. Lee (2010) szintén a minőséggel való elégedettséget kutatta, és arra a következtetésre jutott, hogy ez származási ország szerint változhat. Míg El-Hilali és szerzőtársai (2015) három dimenziót vizsgáltak, az egyetem imázsát, a felsőoktatási programot és a tanítási módszereket, addig

Lenton (2015) az oktatást, a hallgatók felméréseit, a hallgatóknak nyújtott visszajelzéseket, a hallgatók intézményi támogatását, a szervezetet, az erőforrásokat és a személyes fejlődést vizsgálta. Cardona és Bravo (2012) kutatásukban olyan modellt alkalmaztak, melyben az oktatás és az oktatási folyamat, az infrastruktúra, a hallgatók és oktatók/adminisztratív dolgozók közötti interakció és kommunikáció, és a légkör minőségét vizsgálták. Az egyik talán legátfogóbb kutatást Owlia és Aspinwall (1996) hajtotta végre, akik hat különböző minőségi dimenzióját elemezték a felsőoktatással való elégedettségnek: a megfogható elemeket (felszereltség és létesítmények), a kompetenciát (oktatói szakértelem, teoretikus és gyakorlatias tudás), hallgatók szükségleteinek megértésével kapcsolatos attitűdöt, tananyag tartalmát, tananyag átadást (hatékony prezentációt és visszacsatolás nyújtását) és a megbízhatóságot.

A fenti források alapján jól látható, hogy nincsen egységesség az egyetemhez kapcsolódó elégedettséget befolyásoló tényezők értelmezésében és csoportosításában sem, így a szakirodalmi áttekintés és kvalitatív kutatás alapján az alábbi átfogó dimenziókat határozom meg, mint egyetemmel kapcsolatos elégedettséget befolyásoló vizsgálandó tényezők: tárgyi eszközök, oktatói kompetenciák, tananyag tartalma, attitűd, megbízhatóság, és tananyag átadásának módja. Ezek alapján az alábbi hipotézisek határozhatók meg:

H3a: A tárgyi eszközökkel való elégedettség pozitív hatást fejt ki az egyetemmel való elégedettségre.

H3b: Az oktatói kompetenciák pozitív hatással vannak az egyetemmel való elégedettségre.

H3c: Az órai tananyag tartalma pozitívan hat az egyetemmel való elégedettségre.

H3d: Az oktatók és adminisztratív dolgozók attitűdje pozitív hatással van az egyetemmel való elégedettségre.

H3e: Az oktatók és adminisztratív dolgozók megbízhatósága pozitívan befolyásolja az egyetemmel való elégedettséget.

H3f: A tananyag átadásának módszere pozitív hatással van az egyetemmel való elégedettségre.

A harmadik kutatási kérdéshez továbbra is kapcsolódva (*Mely tényezők hatnak az egyetemmel és egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre?*) a következőkben a nem egyetemmel kapcsolatos elégedettségre ható tényezőket csoportosítom.

A szakirodalomban kevés olyan kutatás lelhető fel, mely részben vagy kimondottan a külföldi hallgatók elégedettsége kapcsán, az egyetemen kívüli tényezők feltárására

koncentrál (Schertzer – Schertzer 2004; Yang et al. 2013; Mihanovic et al. 2016; Machado et al. 2011), valamint ezen tanulmányokban szereplő tényezők gyakran szorosan kapcsolódnak a tantermi tényezőkhez (Yang et al. 2013). Gregg (1972) tartozott az első olyan kutatók közé, aki felismerte, hogy az egyetemen kívüli tényezők is nagyban hozzájárulnak a hallgatók elégedettségéhez, Evans (1972) pedig kijelentette, hogy a társasági élet, az életszínvonal és a légkör is befolyásolja az elégedettséget. Ezekben a kutatásokban fény derül az egyetemen kívüli tényezők fontosságára, és arra is, hogy a hallgatók elégedettsége a tantermen kívüli tényezőktől is nagy mértékben függ, mint például a megélhetési költségek, a munkalehetőségek (Schertzer – Schertzer 2004), a személyes és társasági élet, a lakóhely, a szórakozási és szabadidős tevékenységek (Billups 2008; Mihanovic et al. 2016), a város és a város nemzetközi légköre (Machado et al. 2011), a kulturális és sportolási lehetőségek (Aldemir – Gülcan 2004), vagy akár a középületek nyitvatartási ideje (Abdullah 2006). A szakirodalmi áttekintés mellett a disszertáció kvalitatív kutatása is igazolta, hogy számos olyan tényező befolyásolhatja a külföldi hallgatók elégedettségét, melyekre az intézménynek nincsen közvetlen hatása. A tényezőket áttekintve egy átfogó csoportosítást hoztam létre, melyek alapján további vizsgálatot igényel az életkörülmények, (nemzetközi) légkör, középületek és közterek, szabadidős létesítmények, munkalehetőségek egyetemen kívüli elégedettségre gyakorolt hatása. Ezen indoklás okán az alábbi hipotézisek fogalmazhatók meg:

H4a: A szegedi élet hatással van az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre.

H4b: Az egyetemen kívüli nemzetközi légkör hatással van az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre.

H4c: A középületek és közterek elérhetősége befolyásolja az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettséget.

H4d: A szabadidő eltöltésére alkalmas létesítmények hatással vannak az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettségre.

H4e: A munkavállalási lehetőségek befolyásolják az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettséget.

A negyedik kutatási kérdésem arra vonatkozott, hogy *az egyetemmel és egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettség hatással van-e a külföldi hallgatók lojalitására?* Ennek

a kérdésnek a megválaszolására két hipotézist állítottam fel, melyeket az alábbiakban részletezek.

A kutatók az egyetemmel kapcsolatos elégedettség fő kiemelkedő tényezői és lojalitást befolyásoló tényezők között tartják számon a szakok elérhetőségét, a felsőoktatási intézmény elhelyezkedését, nagyságát, komplexitását, az oktatás minőségét (Huybers et al. 2015), az oktatóktól kapott visszacsatolásokat és a velük való kommunikációt (Jager – Gbadamosi 2013), a megfelelő tanulmányi ütemtervet, hallgatókat támogató létesítményeket, fizikai környezetet és felszereltséget (Wiers-Jenssen et al. 2002). Ezek alapján azt feltételezzük, hogy az egyetemhez szorosan kötődő tényezőkkel való elégedettség befolyásoló hatással fog bírni a külföldi hallgatók lojalítására.

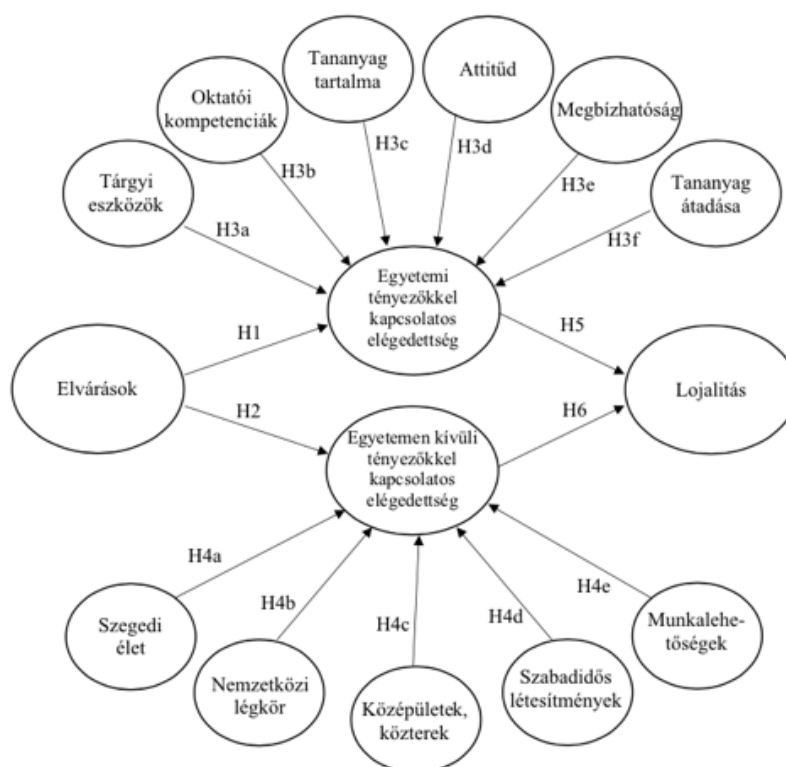
H5: Az egyetemmel való elégedettség pozitívan hat a lojalításra.

Számos tanulmány igazolta az összefüggést a külföldi hallgatók elégedettsége és lojalitása között (Alves – Raposo 2007; Alves – Raposo 2009; Elliot – Healy 2001; Wiers-Jenssen et al. 2002; Lenton 2015; Cardona – Bravo 2012; Owlia – Aspinwall 1996; El-Hilali et al. 2015; Lee 2010; Schertzer – Schertzer 2004; Giner – Rillo 2016). Ám azokban a kutatásokban, melyekben részben vagy kizárólag az iskolán kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre is fókuszálnak, nem terjedt el széles körben ezen tényezők lojalításra való hatásának vizsgálata (Schertzer – Schertzer 2004; Yang et al. 2013; Mihanovic et al. 2016; Machado et al. 2011). A fentiek alapján az feltételezhető, hogy az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettség is pozitívan hathat a külföldi hallgatók lojalítására.

H6: Az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettség pozitív hatással bír a lojalításra.

A kvantitatív kutatásban felvázolt hipotéziseket az *1. ábra* szemlélteti.

1. ábra: A disszertáció kvantitatív kutatásának hipotézisei



Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

3. Az értekezés felépítése és az alkalmazott módszerek

3.1. Az értekezés felépítése

A disszertáció nyolc fő részből áll, a másodiktól a hatodikig fejezetig a szakirodalmi áttekintéssel foglalkozik, melyet a primer kutatás és az összegző gondolatok követnek. A bevezetés után a második fejezet a felsőoktatás témakörét vizsgálja különös tekintettel a felsőoktatás nemzetköziesedésére, mely Magyarországon is jelenlévő tendencia. A külföldi hallgatók létszámának folyamatos növekedése, az ösztöndíjprogramok sikeressége és a hallgatók megtartásának reményében tett törekvések összegzése után tisztázásra kerül az egyetem fogalma, a felsőoktatás szolgáltatásként való értelmezése és a minőség jelentősége.

A disszertáció harmadik fejezetében az elvárások témakörét és szakirodalmát veszem górcső alá. Miután összegzem az elvárások fogalmi megközelítéseit, az elvárások mérése és felsőoktatásban történő alkalmazása kerül tisztázásra. A fejezet végén meghatározom a disszertációban használt elvárások fogalmát, melyet kizárólag külföldi hallgatókra vonatkoztatok.

A dolgozat negyedik fejezete az elégedettséget járja körbe és hasonlóan a korábbi gondolatmenethez, először a fogalmi meghatározás, majd pedig az elégedettség mérési

modelljei kerülnek bemutatásra, melyet a felsőoktatásban és külföldi hallgatók esetén történő alkalmazhatóság vizsgálata követ. A fejezet során elkülönítem egymástól a felsőoktatásban fellelhető és vizsgált elégedettség tényezőket, a fejezet végén pedig meghatározom a disszertációban használt elégedettség fogalmát.

A korábbi fogalmak feldolgozásának logikáját követve az ötödik fejezet a lojalitást hivatott bemutatni, mely alapján először a lojalitás fogalmi megközelítéseit, majd pedig mérését tisztázom. Ezt követően megvizsgálom a lojalitás fogalmának és mérésének megjelenését a felsőoktatási kutatásokban, külföldi hallgatók vizsgálatának esetén. A lojalitás témakörében szerepel továbbá még a pozitív szájreklám, mint lojalitást kifejező tényező vizsgálata is. A fejezet végén meghatározásra kerül a disszertációban alkalmazott lojalitás definíció.

A lojalitás feltárása után a hatodik fejezetben a szakirodalmi áttekintés összegzésével zártam a szekunder kutatást, az értekezés hetedik fejezetében pedig a kvalitatív és kvantitatív primer kutatásom bemutatása következett, melyet a nyolcadik fejezetben kifejtett összegző gondolatok, a disszertáció gyakorlati hasznosíthatósága, dilemmák, kutatási korlátok és további kutatási irányok zárnak.

3.2. Kutatási módszertan

Primer kutatásom két részből tevődött össze, egyrészt longitudinális mélyinterjúkat készítettem, másrészt pedig kvantitatív kérdőíves felmérést végeztem. A kvalitatív kutatásom során arra kerestem a választ, hogy az érintett témakörök – elvárások, elégedettség, lojalitás – miként vizsgálhatók felsőoktatási környezetben és hogyan értelmezhetők a külföldi hallgatók által. A kérdéskört 17 hallgató segítségével vizsgáltam 2015 és 2018 között, akikkel képzésük elején, közepén és végén is mélyinterjút készítettem, melyek eredményei – a szakirodalmi feltárással együtt – a kvantitatív kutatás alapjául szolgáltak. A kvantitatív kutatásban online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, melynek segítségével a megfogalmazott hipotéziseket vizsgáltam. A megkérdezésre 2019 március és április hónapban került sor.

A disszertációban a megjelenő fogalmak *operacionalizálása* a szakirodalmi áttekintésen alapul, a kérdőív elkészítése során pedig arra törekedtem, hogy a korábbi nemzetközi kutatásokban is alkalmazott validált skálákat alkalmazzak. Abban az esetben, amikor nem találtam kimondottan a felsőoktatásra vonatkozó fogalmakhoz kapcsolódó validált skálákat

a szakirodalomban, a szekunder kutatás, a korábbi kutatásaink, valamint a kvalitatív kutatás nyújtott segítséget.

A kutatás szakirodalmi áttekintése alapján az *elvárásokat* olyan egyetemmel kapcsolatos és egyetemhez nem szorosan kapcsolódó felidézett elvárásoknak tekintem, melyeket a hallgatók a külföldön való tanulási folyamattal szemben támasztanak és a tanulási időtartam teljes hosszára vonatkoznak. A mélyinterjúk alapján ezen felül egyaránt tekintem őket zavaros és tiszta elvárásoknak, hiszen némely hallgató egészen tisztán megfogalmazott elvárásokkal rendelkezett, míg sokan nem támasztottak elvárásokat a felsőoktatási intézmény felé (Ojasalo 2001). Az alábbi fogalmi meghatározásból adódóan arra szeretnék fényt deríteni, hogy egyáltalán léteznek-e tisztán megfogalmazott külföldi hallgatói elvárások, és amennyiben igen, azok pontosan mire vonatkoznak, ezért az elvárásokra vonatkozó skála is e szerint alakul (1 – Egyáltalán nem volt ilyen elvárásom; 5 – Teljes mértékben elvártam). A hallgatók általános elvárásait Ostergaard és Kristensen (2006) kutatása alapján mértem 5 fokozatú Likert skálán (12. kérdés), az ezt megelőző kérdések általános, hallgatói státuszra vonatkozó kérdések voltak (Izd. *disszertáció 4.sz. melléklete*). A Likert skálák alkalmazása a felsőoktatásban megjelenő elvárások mérésére nemzetközileg elfogadott és alkalmazott módszertan (Gronholdt et al. 2000; Turkyilmaz et al. 2018), így az egyetemmel kapcsolatos elvárások mérését Owlia és Aspinwall (1996) kutatására, az egyetemhez szorosan nem kapcsolódó elvárások mérését pedig Mihanovic és kollégái (2016), valamint Machado és kollégái (2011) kutatására alapoztam, az állításokat szintén 5 fokú Likert skálán mérve. Az egyetemmel kapcsolatos elvárások között – hasonlóan a nemsokára kifejtésre kerülő elégedettséghez – szintén a tárgyi eszközök, oktatói kompetenciák, tananyag tartalma, attitűd, megbízhatóság, valamint a tananyag átadása jelentek meg (13. kérdés).

A disszertációban a külföldi hallgatók *elégedettségét* úgy határoztam meg, mint egyetemmel kapcsolatos és egyetemhez szorosan nem kötődő tényezőkkel való elégedettség, mely az elvárásokkal való szubjektív összehasonlításon alapul, a külföldi tanulási élmény teljes egészére vonatkozik a tanulással egy időben vagy az után. A hallgatók általános elégedettségét Dona-Toledo és kollégái (2017) kutatása, valamint saját pilot és kvalitatív kutatásom alapján mértem (14. kérdés).

Az elégedettség általános mérésén kívül vizsgáltam az elégedettség egyéb dimenzióit is, hiszen a szakirodalmi feltárás és korábbi kutatások arra engednek következtetni, hogy a külföldi hallgatók elégedettségét több tényező is befolyásolja. Az *egyetemmel kapcsolatos elégedettségi* tényezőket Owlia és Aspinwall (1996) kutatása alapján csoportosítottam,

hasonlóan korábbi pilot kutatásunkhoz (Kéri et al. 2018). Ezek az egyetemhez kapcsolódó tényezők a tárgyi eszközök, oktatói kompetenciák, tananyag tartalma, attitűd, megbízhatóság, valamint a tananyag átadása (15. kérdés).

Az egyetemhez szorosan nem kapcsolódó tényezőkkel való elégedettség is fontos elemként jelenik meg a külföldi hallgatók tanulásában. A kvalitatív kutatás, a szakirodalmi feltárás, Mihanovic és társai (2016), Machado és társai (2011), valamint korábbi kutatásaink (Kéri et al. 2018) arra engednek következtetni, hogy az alábbi tényezőket tekinthetjük nem szorosan egyetemhez kapcsolódó elégedettségi tényezőknek: szegedi élet, nemzetközi légkör, középületek és szabadidős programok, szabadidős tevékenységek, valamint munkalehetőségek (16-17. kérdés). A témakörhöz kapcsolódó kérdések az említett szakirodalom alapján saját skálafejlesztés eredményei, megbízhatóságukat Cronbach-alfa segítségével vizsgáltam.

Disszertációmiban a *lojalitást* esetleges újraválasztás mellett pozitív attitűdként, elkötelezettségként és továbbajánlásként határoztam meg, mely az egyetemi képzés ideje alatt és annak vége után is kitarthat. A felsőoktatási intézményekkel kapcsolatos lojalitást a kutatók leggyakrabban annak komplex megközelítése alapján vizsgálják (Ostergaard – Kristensen 2006; Alves – Raposo 2007; Alves – Raposo 2009), így kutatásomban ezen megközelítés szerint Ostergaard és Kristensen (2006) tanulmányában megjelenő skálát alkalmaztam (19. kérdés, utolsó 7 állítás) hasonlóan pilot kutatásunkhoz (Kéri et al. 2018). A kvalitatív kutatás eredményei alapján azonban elengedhetetlen a saját skálafejlesztés annak érdekében, hogy pontosabban definiálható legyen a külföldi hallgatói lojalitás. A mélyinterjúk eredményei alapján új skálás állításként jelentek meg az alábbiak: visszaadni valamit az egyetemnek (reciprocitás), jó viszony a kollégákkal és oktatókkal, szép emlékek, mentor szerepe, egyetemi imázshoz való közelség, egyetemi értékek tisztelete, mások Szegedre csábítása, és az egyetem megvédése. A skálák megbízhatóságát a Cronbach-alfa mutató segítségével vizsgáltam.

Fontos még említést tenni a pozitív *szájreklámról* is, melyet a disszertációm szakirodalmi áttekintésében úgy határoztam meg, mint egy informális kommunikációt az egyetem jelenlegi vagy volt és leendő diákja között, mely a hallgatói elégedettség esetén jelenik meg *pozitív szájreklám* formájában, s mely pozitív szájreklámot a lojalitást kifejező tényezőként értelmeznek. A korábbi felsőoktatási kutatásokban szintén megjelenik a pozitív szájreklám, vagyis a továbbajánlás mérése Likert skálás állítások alapján, így Ostergaard és Kristensen (2006), valamint pilot kutatásunk alapján pozitív szájreklámként, vagyis

továbbajánlásként mértem (19. kérdés). A kvantitatív kutatásban megjelenő fogalmak mérésének tanulmányozását követően a hipotézisek megfogalmazása következik.

A disszertációban vizsgált fogalmak látens változóként értelmezhetők az elemzési modellben. A hipotézisek teszteléséhez a felvázolt látens változók közötti kapcsolatot kutattam, melyhez a *strukturális egyenletek módszerét* használtam, hiszen az marketing (Kazár 2014) és felsőoktatási kutatásokban is gyakran alkalmazott módszertan (Lee 2010; El-Hilali et al. 2015; Giner – Rillo 2016). Disszertációmban alkalmazható a PLS útelemzés technikája (Hair et al. 2014), hiszen az egyes változók nem tekinthetők normális eloszlásúnak (Kolmogorov-Smirnov és Shapiro-Wilk tesztek esetén is és minden változó esetén $p < 0,01$). A PLS útelemzéshez SmartPLS 3 szoftvert alkalmaztam (Ringle et al. 2015).

4. Az értekezés főbb eredményei, tézisek

A disszertáció *szakirodalmi áttekintésben* megvizsgáltam a kapcsolódó fogalmak és elméletek általános vonatkozásait, definícióit és mérési módszertanát, e mellett a célkitűzésnek megfelelően törekedtem a felmerülő fogalmak, az elvárások, elégedettség, lojalitás és szájreklám felsőoktatásra vonatkoztatható meghatározására. A szakirodalmi feltárás eredményeként az elvárások, egyetemen kapcsolatos elégedettség, egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettség, lojalitás és a pozitív szájreklám lojalításban való megjelenésének meghatározása tekinthető.

A *kvalitatív kutatás* keretében arra kerestem a választ, hogy a külföldi hallgatók rendelkeznek-e bizonyos elvárásokkal a képzésük elején, mennyire elégedettek, mire vonatkozik az elégedettségük, beszélhetünk-e külföldi hallgatói lojalitásról, és ha igen, a pozitív szájreklám a lojalitás részeként értelmezhető-e. A kérdésköröket 17 külföldi hallgatóval három tanéven keresztül folytatott longitudinális mélyinterjúk segítségével vizsgáltam. A kvalitatív kutatás eredményének az elvárások, az egyetemen kapcsolatos és az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettség fogalmának alátámasztása, valamint a lojalitás különböző értelmezéseinek feltárása tekinthető, melyeket kvantitatív kutatásomban tovább vizsgáltam.

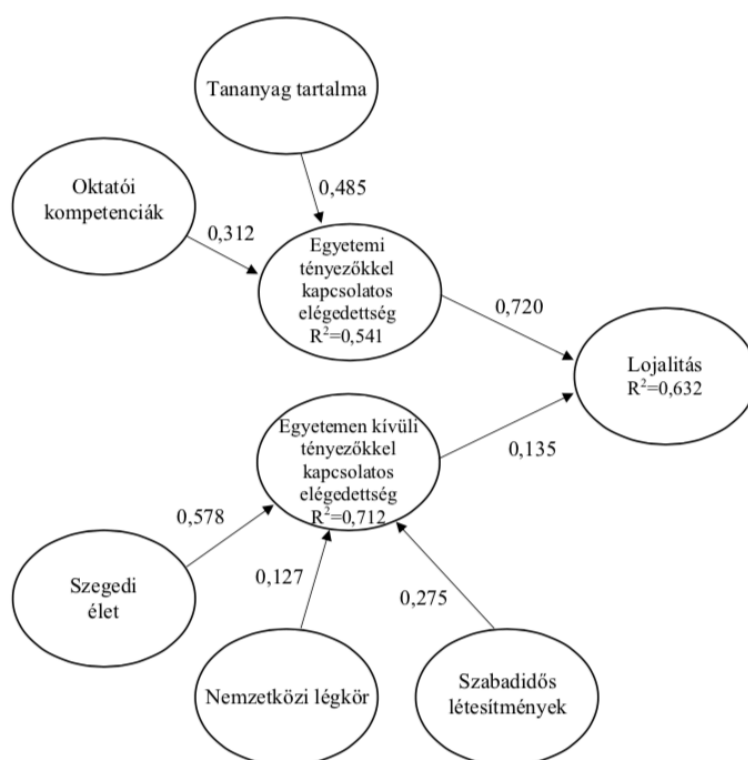
A *kvantitatív kutatás* során a disszertációban megjelenő fogalmak közötti hatásokat online kérdőív segítségével tártam fel. A látens változók meglétét és a közöttük lévő kapcsolatokat PLS útelemzéssel és bootstrap algoritmussal vizsgáltam, mely elemzés eredményeképp megvizsgáltam hipotéziseimet. A hipotézisekről való döntés alapján az alábbi tézisek fogalmazhatók meg (2. ábra):

- Tézis 1.: Az elvárások nem fejtenek ki szignifikáns hatást az egyetemen kapcsolatos elégedettségre.
- Tézis 2.: Az elvárások nem fejtenek ki szignifikáns hatást az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre.
- Tézis 3.: A tárgyi eszközökkel való elégedettség, az oktatók és az adminisztratív dolgozók attitűdje, valamint megbízhatósága nem fejtenek ki pozitív hatást az egyetemi tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre. Szignifikáns hatással vannak azonban az egyetemen kapcsolatos tényezőkkel való elégedettségre az oktatói kompetenciák és a tananyag tartalma.
- Tézis 4.: A középületek és közterek, valamint a munkavállalási lehetőségek nem fejtenek ki szignifikáns hatást az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos

elégedettségre. A szegedi élet, a nemzetközi légkör, és a szabadidő eltöltésére alkalmas létesítmények szignifikáns hatással vannak az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettségre.

- Tézis 5.: Az egyetemmel kapcsolatos elégedettség szignifikáns hatással van a lojalításra.
- Tézis 6.: Az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettség szignifikáns hatást fejt ki a lojalításra.

2. ábra: A Szegedi Tudományegyetem külföldi hallgatóinak elégedettségére és lojalításra ható tényezők



Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A kvantitatív kutatás eredményei között talán nem meglepő az, hogy az oktatói kompetenciák és a tananyag tartalma jelentős hatást fejtenek ki az egyetemmel kapcsolatos elégedettségre, valamint közvetetten hatnak a lojalításra is. Az egyetemmel kapcsolatos elégedettség erős hatást fejt ki a lojalításra, ám érdekes eredménynek tekinthető, hogy az egyetemen kívüli elégedettség is hatással van a lojalításra. Az egyetemen kívüli elégedettségre a szegedi élet, a nemzetközi légkör és a szabadidős létesítmények hatnak, melyek közül a szegedi élet és a szabadidős létesítmények közvetetten is hatnak a lojalításra. A faktorelemzés eredményeképp lojalitásuk tekintetében a válaszadók két

csoportra bonthatók, akiket az adott faktorban szereplő állítások alapján élménylojális és intézménylojális külföldi hallgatóknak neveztem el.

A *disszertáció újszerűsége* abban rejlik, hogy a szakirodalomban még viszonylag kevésbé kutatott terület a külföldi hallgatók nem egyetemmel kapcsolatos elégedettsége és lojalitása, melyet a kutatás új megközelítésben vizsgál. A dolgozat az elvárások, elégedettség, lojalitás és szájreklám témakörében is egy rendszerező áttekintésként szolgál, kitérve a vizsgált fogalmak felsőoktatásban történő alkalmazhatóságára. Úgy gondolom, hogy a külföldi hallgatók longitudinális vizsgálata szintén ritkán alkalmazott módszertan, mely eredményei alapján egy modell felállítása és vizsgálata történt meg PLS útelemzés segítségével, amely a tudományos szférában és más egyetemekre adaptálva is alkalmazható lehet.

A tanulmány az *elvárások* tekintetében is fontos információkat hordoz, hiszen a primer kutatásból kiderült, hogy az elvárások, habár igazolhatóan létező látens változót alkotnak, nincsenek szignifikáns hatással sem az egyetemmel kapcsolatos, sem pedig az egyetemen kívüli tényezőkkel kapcsolatos elégedettségre. Ebből arra következtethetünk, hogy külföldi hallgatóknak sok esetben nincsenek előre megfogalmazott elvárásaik, így elégedettségük teljesen eltérő, tehát nincsen kapcsolat a két fogalmi dimenzió között. A problémát tovább árnyalja az is, hogy a hallgatók elmondása szerint is elvárásaik a képzés során folyamatosan változhatnak. Ezek alapján azt a javaslatot lehet megfogalmazni, hogy az elvárások utólagos mérése azok zavarossága netán hiánya miatt nem hatékony, azt lehetőség szerint még a külföldi hallgatók célországba való érkezése előtt, vagy a képzés legelején, beiratkozáskor mérni kellene, melyre a kvalitatív módszertan lehet a legalkalmasabb.

A dolgozatban az *elégedettség* ritkán alkalmazott megközelítésből került vizsgálatra, hiszen külön-külön elemzem az egyetemmel kapcsolatos és egyetemhez szorosan nem kapcsolódó tényezőkkel való elégedettséget, mely rávilágít arra, hogy mindkét tényező fontos szerepet játszik a külföldi hallgatók lojalitásában. Ennek következtében a külföldi hallgatók *lojalitása* is más megvilágításba kerül. A lojalitás mélyebb megértését és mögöttes tényezőinek feltárását longitudinális mélyinterjúk segítségével vizsgálva arra jutottam, hogy egészen mást jelent az egyes hallgatók körében a lojalitás. A kvantitatív kutatás során elkülönített két lojalitás típus pedig szintén újszerű eredménynek tekinthető.

A kvalitatív és a kvantitatív kutatás eredményei is rávilágítottak arra, hogy a pozitív *szájreklám* lojalitás részeként való értelmezése helytálló, ám az egyes külföldi hallgatók lojalitás értelmezése eltérő lehet. Ez az eltérés a kvantitatív elemzés szerint fakadhat az egyetemmel kapcsolatos és az egyetemen kívüli elégedettségéből is, továbbá a

klaszterelemzés alapján elkülönülnek egymástól az élmény-, az egyetemlojális és a nem lojális hallgatók. Ezen eredmények alapján az a javaslat fogalmazható meg, hogy a lojalitást érdemes lehet átfogóan intézményi szinten, valamint képzési szintenként és képzési helyenként (pl.: kar, kutatócsoport) is vizsgálni.

A disszertáció eredményei hasznosak lehetnek a *tudományos szféra* szemszögéből, hiszen a dolgozat a külföldi hallgatók elégedettségét nem csupán a szolgáltatásminőség koncepció szempontjából vizsgálja, hanem egy újszerű megközelítésben igyekszik megragadni azon egyetemen kívüli tényezőket és a velük való elégedettséget, melyek szintén hatással lehetnek a hallgatók lojalítására. A lojalitás definiálása, valamint az egyetemlojális és élménylojális hallgatók elkülönítése is újító eredménynek számít, mely kimondottan a Szegedi Tudományegyetem számára lehet még hasznos. A kutatás során felállított elméleti modell alapját képezheti más intézményekben vagy akár intézményi karokon belül lebonyolított elégedettség és lojalitásvizsgálatoknak is.

A kutatás eredményei a felsőoktatási intézmény *döntéshozói szemszögéből* is fontosak, hiszen a gyakorlatra vonatkozóan is számos javaslat fogalmazható meg. A külföldi hallgatók elégedettségét közepesen erősen befolyásolják az oktatói kompetenciák és a tananyag tartalma, az egyetemi tényezőkkel való elégedettség pedig erős hatást fejt ki a lojalításra, így mindenképpen fontos ezeknek az elemeknek a hangsúlyozása az egyetemi marketingtevékenységek kidolgozásakor. Továbbá azt sem szabad elfelejteni, hogy a szegedi élet, a nemzetközi légkör és a szabadidős létesítmények mind hatással vannak az egyetemen kívüli tényezőkkel való elégedettségre, melyek szignifikáns hatást fejtenek ki a lojalításra. Az egyetem marketingtevékenységeiből így nem maradhat ki ennek a három tényezőnek a hangsúlyozása sem még annak ellenére sem, hogy az intézménynek ezekre a tényezőkre nincsen befolyása. A külföldi hallgatói lojalitás elérése intézményi célként kell, hogy megjelenjen, melynek erősítéséhez az egyetem is hozzájárulhat. Az élménylojális hallgatók számára javaslatként felmerülhet az egyetemen kívül, ám egyetem által rendezett szabadidős programok, közösségépítő tevékenységek szervezése, oktatók közösségi életbe való bevonása, míg az egyetemlojális hallgatók számára további egyetemhez köthető szakkörök, versenyek, megmérettetések rendszeres megrendezése, mely tevékenységek kialakíthatják, vagy tovább erősíthetik lojalitásukat. A külföldi hallgatói lojalitás erősítése kulcsfontosságú, hiszen a lojalitás esetén megjelenő pozitív szájreklám az egyetemi marketingtevékenységeket kiegészítő hatékony toborzó eszköz.

5. A kutatás korlátai, jövőbeli kutatási irányok

Érdekes *ellentmondásként* jelent meg a disszertáció során, hogy amíg a pilot kutatásban az egyetemen kívüli elégedettség jelentősebb hatást fejtett ki a lojalításra, addig a disszertáció végső modelljének eredményeiben az egyetemmel kapcsolatos elégedettség volt erősebb hatással a lojalításra. Ennek oka az lehet, hogy a pilot kutatás kizárólag a Gazdaságtudományi Kar hallgatóit vizsgálta, míg a disszertáció a Szegedi Tudományegyetem hallgatóira vonatkozott, mely mintában nagy többséggel szerepeltek az Általános Orvostudományi Kar hallgatói, a Gazdaságtudományi Kar hallgatói pedig csupán a minta 18,6%-át adták. Ennek tudatában az a javaslat fogalmazható meg, hogy célszerű a felsőoktatási intézményeket átfogóan vizsgálni, ám a külföldi hallgatóval rendelkező egyetemi karokat önállóan, kari szinten is érdemes kutatni, hiszen minden egyes kar sajátos kultúrával rendelkezhet, mely jelentősen befolyásolja az ott tanuló hallgatók benyomásait, elégedettségét és lojalítását is.

A jelen kutatásnak számos *korlátja* említhető, mely mellett további nyitott kérdések is megfogalmazhatók. A kvantitatív kutatásban alkalmazott kérdőív hossza nem könnyítette meg a kérdőív kitöltést, habár így is számos válasz érkezett. A disszertáció eredményei egy magyarországi egyetem külföldi hallgatóira vonatkoznak, így felmerül kérdésként, hogy vajon az alkalmazott módszertani eszközök hasonló kimenetelt eredményeznének-e más magyarországi vagy külföldi egyetemen. Továbbá a pilot és kvantitatív kutatásban a lojalításra ható elégedettség tényezők vizsgálatában ellentmondásos eredmények születtek, így a kérdéskör további vizsgálatokat igényel. Ennek az ellentmondásnak az oka az lehet, hogy a pilot kutatás kizárólag egy karra fókuszált, míg a disszertáció kvantitatív kutatása a teljes egyetemre vonatkozott. A kvalitatív kutatásban csupán Stipendium Hungaricum ösztöndíjjal rendelkező hallgatók kerültek bevonásra, mely az eredmények torzításához vezet, hasonlóan a kutató személyének befolyására a longitudinális kutatás során. A kvantitatív kutatás eredményei nem tekinthetők reprezentatívnak, hiszen nem érkezett kitöltést az egyetem minden karáról, valamint a kitöltési arány nem érte el a 10%-ot sem. Habár az eredmények nem tekinthetők reprezentatívnak, a minta mégis alkalmas volt az elméleti modell tesztelésére.

A disszertáció eredményei alapján fontos továbbá hangsúlyozni a kutatási téma jelentőségét és szintén lényeges *további kutatási irányokat* kijelölni. A disszertáció elején felmerült ellentmondás – mi szerint a felsőoktatási intézmények szorgalmazzák hallgatóik mobilitását és a külföldön való tanulását, ugyanakkor szeretnék őket megtartani is – nem

könnyíti meg sem a hallgatók, sem pedig az intézmények dolgát, amikor hallgató toborzásról vagy marketingtevékenység kialakításáról van szó. Az intézményeknek fokozottan kell figyelni arra, hogy ne forduljon elő ellentmondásosság a marketingkommunikációban és a hallgatók ne érezzék azt, hogy az egyetem először szerette volna, ha ott tanulnak, utána pedig erősen motiválná őket a külföldi tapasztalatszerzésre. Jövőbeli kutatási irány tehát ennek a kettősségnek a vizsgálata lehetne, mely során fényt lehetne deríteni arra, hogyan érzi magát a külföldi hallgató, akit továbbá arra motiváltak, hogy más formában, más ösztöndíjjal rész képzésen egy újabb országban szerezzen tapasztalatot. Szintén további kutatási irány lehet a magyarországi egyetemek összehasonlító vizsgálata vagy a magyarországi és külföldi egyetemek összehasonlítása, mely kapcsán az intézmények külföldi hallgatóinak elvárásait, elégedettségét és lojalitását lehetne vizsgálni, hiszen az kulcsfontosságú kérdés napjainkban és a felsőoktatási intézmények jövőjében is Magyarországon és külföldön egyaránt. További kutatási lehetőségként merül fel a modell más egyetemeken és kari szinten történő alkalmazása és lekérdezése, melyek alapján esetleges diszciplináris, kari vagy egyetemek közötti különbségekre lehetne rávilágítani. Továbbá izgalmas lenne a finanszírozási forma és ösztöndíjtípus szerint vizsgálni a hallgatói elégedettséget és lojalitást.

A téziszüzet hivatkozásai

- Abdullah, F. (2006): The development of HedPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector. *International Journal of Consumer Studies*, 30, 6, 569-581.
- Aldemir, C. – Gülcan, Y. (2004): Student Satisfaction in Higher Education: A Turkish Case. *Higher Education Management and Policy*, OECD Publishing, 16, 2, 109-122.
- Alves, H. – Raposo, M. (2007): Conceptual Model of Student Satisfaction in Higher Education. *Total Quality Management*, Universidade de Beira Interior, Covilhã, Portugal, 18, 5, 571-588.
- Alves, H. – Raposo, M. (2009): The measurement of the construct satisfaction in higher education. *Service Industries Journal*, 29, 2, 203-218.
- Anderson, B. D. (2007): Students in a global village: The nexus of choice, expectation, and experience in study abroad. Texas, Austin: The University of Texas at Austin, PhD dissertation.
- Berács, J. - Derényi, A – Kádár-Csoboth, P. – Kováts, G. – Polónyi, I. – Temesi, J. (2017): Magyar Felsőoktatás 2016. Stratégiai helyzetértékelés. Projekt jelentés. NFKK, Budapest.
- Billups, F. D. (2008): Measuring College Student Satisfaction: A Multi-Year Study of the actors Leading to Persistence. Paper presented at the 39th annual meeting of the Northeastern Educational Research Association, October 23, 2008, Rocky Hill, CT.
- Cardona, M. M. – Bravo, J. J. (2012): Service quality perceptions in higher education institutions: the case of a Colombian university. *Estudios Gerenciales*, 28, 23-29.
- Chui, T. B. – Ahmad, M. S. – Bassim, F. A. – Zaimi, A. (2016): Evaluation of Service Quality of Private Higher Education using Service Improvement Matrix. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 224, 132-140.
- El-Hilali, N. – Al-Jaber, S. – Hussein, L. (2015): Students' satisfaction and achievement and absorption capacity in higher education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 177, 420-427. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.02.384>
- Elliot, K. M. – Healy, M. A. (2001): Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10, 4, 1-11.
- Eurico, S. T. – Silva, J. A. M. – Valle, P. O. (2015): A model of graduates' satisfaction and loyalty in tourism higher education: The role of employability. 16, 30-42.

- Evans, C. M. (1972): A Study of Personality Need Factors with Respect to College Student Satisfaction in a Small Church Related College Located in a Southern State,” Counseling and Personnel Services (CG008971).
- Giner, G. R. – Rillo, A. P. (2016): Structural equation modelling of co-creation and its influence on the student’s satisfaction and loyalty towards university. *Journal of Computational and Applied Mathematics*. 291, 257-263.
- Gregg, W. E. (1972). Several factors affecting graduate student satisfaction. *Journal of Higher Education*, 43, 6, 483-498.
- Gronholdt, L. – Martensen, A. – Kristensen, K. (2000): The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11, 4-6, 509-514.
- Hair, J. F. – Hult, G. T. M. – Ringle, C. M. – Sarstedt, M. (2014): *A primer on partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM)*. Sage Publication, London.
- Hetesi E. – Kürtösi Zs. (2008): Ki ítéli meg a felsőoktatási szolgáltatások teljesítményét és hogyan? A hallgatói elégedettség mérési modelljei, empirikus kutatási eredmények az aktív és a végzett hallgatók körében. *Vezetéstudomány*, 39, 6, 2-17.
- Huybers, T. – Louviere, J. – Islam, T. (2015): What determines student satisfaction with university subjects? A choice-based approach. *Journal of Choice Modelling*, 17, 52-65.
- Jager, J. – Gbadamosi, G. (2013): Predicting students’ satisfaction through service quality in higher education. *International Journal of Management Education*, 11, 107-118.
- Kazár, K. (2014): A PLS-útelemzés és alkalmazása egy márkaközösség pszichológiai érzetének vizsgálatára. *Statisztikai Szemle*, 92, 1, 33-52.
- Kéri, A. – Kazár, K. – Révész, B. (2018): Külföldi hallgatói elégedettségmérés a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán. *Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXIV. Országos Konferencia*. 2018. 08. 27-28.
- Kováts, G. – Temesi, J., eds. (2018): A magyar felsőoktatás egy évtizede 2008 – 2017. *NFKK Kötetek, 2*. Budapest Corvinus Egyetem Nemzetközi Felsőoktatási Kutatások Központja, Budapest. ISBN 978-963-503-672-1
- Lee, J-W. (2010): Online support service quality, online learning acceptance, and student satisfaction. *Internet and Higher Education*, 13, 277-283.
- Lenton, P. (2015): Determining student satisfaction: An economic analysis of the national student survey. *Economics of Education Review*, 47, 118-127.

- Machado, M. L. – Brites, R. – Magalhaes, A. – Sá, M. J. (2011): Satisfaction with higher education: critical data for student development. *European Journal of Education*. 46, 415-432.
- Malota E. (2016): Hallgatói véleményfelmérés 2016, Magyarország és a Magyar felsőoktatás a külföldi hallgatók szerint. TKA, Budapest.
- Mihanovic, Z. – Batinic, A. B. – Pavicic, J. (2016): The link between students' satisfaction with faculty, overall students' satisfaction with student life and student performances. *Review of Innovation and Competitiveness: A Journal of Economic and Social Research*, 2, 1, Ožujak 2016.
- Ojasalo, J. (2001): Managing customer expectations in professional services, *Managing Service Quality: An International Journal*, 11, 3, 200-212.
- Østergaard P. – Kristensen, K. (2005): Drivers of student satisfaction and loyalty at different levels of higher education (HE): Cross-institutional results based on ECSI methodology. In *New perspectives on research into higher education: SRHE Annual Conference; 2005; Edinburg: University of Edinburgh*.
- Owlia, M. S. – Aspinwall, E. M. (1996): A framework for the dimensions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 4, 2, 12-20.
- Papanthymou, A. – Darra, M (2017): Quality Management in Higher Education: Review and Perspectives, *Higher Education Studies*, 7, 3, 132-147.
- Pinto, P. – Eurico, S. – Silva, J. A. (2013): Satisfaction towards tourism higher education: The graduates' perspective. *International Journal of Academic Research*, 5, 4, 35-49.
- Polónyi, I. (2016): Felsőoktatás a koncepciók keresztútján. *Köz-gazdaság*, 11, 2, 209-222.
- Ringle, C. M. – Wende, S. – Becker, J.-M. (2015): *SmartPLS 3*. SmartPLS GmbH, Boenningstedt. Letöltve: <http://www.smartpls.com> 2015.08.29.
- Schertzer, C. B. – Schertzer, S. M. B. (2004): Student satisfaction and retention: A conceptual model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14, 1, 79-91. https://doi.org/10.1300/J050v14n01_05
- Shahsavari, T. – Sudzina, F. (2017): Student satisfaction and loyalty in Denmark: Application of EPSI methodology. *PLoS ONE* 12 (12): e0189576.
- Turkyilmaz, A. – Temizer, L. – Oztekin, A. (2018): A casual analytic approach to student satisfaction index modeling. *Annals of Operations Research*, 263, 1-2, 565-585.
- Wiers-Jensen, J. – Stensaker, B. – Grogard, J. B. (2002): Student satisfaction: towards an empirical deconstruction of the concept. *Quality in Higher Education*, 8, 2, 183-195.

- Yang, Z. – Becerik-Gerber, B. – Mino, L. (2013): A study on student perceptions of higher education classrooms: Impact of classroom attributes on student satisfaction and performance. *Building Environment*, 70, 171-188.
- Yousapronpaiboon, K. (2014): SERVQUAL: Measuring Higher Education Service Quality in Thailand. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 116, 1088-1095.

A szerző értekezésének témaköréhez kapcsolódó publikációi

Magyar nyelvű lektorált folyóiratban megjelenő cikk

- Kéri Anita (2019): Nemzetközi hallgatói motivációk, elvárások, elégedettség és lojalitás – kvalitatív longitudinális kutatás a Szegedi Tudományegyetemen mesterképzést végzett hallgatók körében, *Vezetéstudomány*, 50, 1, 41-54.
- Kéri Anita, Hetesi Erzsébet (2019): Miért jönnek Magyarországra és mit várnak tőlünk a külföldi hallgatók? Magyarországon tanuló külföldi hallgatók motivációi és elvárásai, *Marketing és Menedzsment*, LII, 1, 47-65.
- Kéri Anita (2016): A magyar felsőoktatásban tanuló külföldi hallgatók motivációjának vizsgálata = The Study of Foreign Students' Motivation about Learning in Hungary

Nemzetközi, idegen nyelvű lektorált folyóiratban megjelenő cikk

- Kéri Anita (2019): Developing a Customizable Serious Game and Its Applicability in the Classroom. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Educational and Pedagogical Sciences*, 13 (5).
- Kéri Anita (2018): A longitudinal qualitative study of foreign students at the University of Szeged: Initial results on motivation, expectations, satisfaction and loyalty, *Canadian International Journal of Social Science and Education* 14 pp. 7-33. Paper: 2356-847X (2018)

Nemzetközi, idegen nyelvű lektorált konferencia kiadványban megjelent közlemény

- Anita Kéri (2019): International student expectations, perceived HEI quality, satisfaction and loyalty: A proposed conceptual model. In: Udvari, B.; Voszka, É. (szerk.) *Proceedings of the 3rd Central European PhD Workshop on Economic Policy and*

Crisis Management, Szeged, Magyarország: SZTE GTK Közgazdaságtani Doktori Iskola, (2019) pp. 174-194., 21 p.

Anita Kéri, Balázs Révész (2019): What do international students think after they finished their education in Hungary? Post-studies research with students from the field of economics. In: Gergely, Kovács; Zoltán, Rónay (szerk.) In search of excellence in higher education, Budapest, Magyarország: Corvinus University of Budapest Digital Press, (2019) pp. 267-283., 17 p.

Anita Kéri (2018): The PLS-SEM path analysis of foreign students' motivation and expectations at a Hungarian university, In: Udvari, Beáta; Voszka, Éva (szerk.) Challenges in national and international economic policies, Szeged, Magyarország *: JATEPress Kiadó, (2018) pp. 176-197., 22 p.

Magyar nyelvű lektorált konferencia kiadványban megjelent közlemény

Kéri Anita, Kazár Klára, Révész, Balázs (2018): Külföldi hallgatói elégedettségmérés a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán, In: Józsa, László; Korcsmáros, Enikő; Seres, Huszárik Erika (szerk.) A hatékony marketing: EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete, Komárno, Szlovákia: Selye János Egyetem, (2018) pp. 385-395., 11 p.

Béla-Csovcics Andrea, Kéri Anita (2017): Különbségek és hasonlóságok a magyar és külföldi felsőoktatásban tanuló hallgatók önkéntes tevékenysége és motivációja között pp. 573-583., 10 p. In: Bányai, Edit; Lányi, Beatrix; Töröcsik, Mária (szerk.) Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás: Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia: Tanulmánykötet, Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK), (2017) p. 730

Kéri Anita, Hetesi Erzsébet (2016): Külföldi hallgatói motivációk, elvárások és jövőbeli tervek. Miért fontos ezek ismerete a magyar felsőoktatás számára? pp. 245-254. In: Fehér, András; Kiss, Virág Ágnes; Soós, Mihály; Szakály, Zoltán (szerk.) EMOK XXII. Országos konferencia 2016 Tanulmánykötet: Hitelesség és értékorientáció a marketingben. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, (2016), 765.

A szerző egyéb tudományos publikációi

Magyar nyelvű könyvfejezet

Révész Balázs, Kéri Anita (2017): Turisztikai szegmensek és oktatási célcsoportok - Szeged Megyei Jogú Város példája. In: Deli-Gray, Zsuzsa; Árva, László (szerk.) Turizmusmarketing esettanulmányok II., Budapest, Magyarország: Akadémiai Kiadó, ESSCA Magyarország Alapítvány, (2017) pp. 155-162., 8 p.

Magyar nyelvű lektorált konferencia kiadványban megjelent közlemény

Kéri Anita, Béla-Csovcsics Andrea (2019): Új törekvések a nonbusiness marketing oktatásában: Lehetséges? In: Veres, Zoltán; Sasné, Grósz Annamária; Liska, Fanny (szerk.) Ismerjük a vevőt? A vásárlás pszichológiája: Az Egyesület a Marketingoktatásért és Kutatásért XXV. Országos konferenciájának előadásai, Veszprém, Magyarország: Pannon Egyetem, (2019) pp. 162-173., 12 p.