

AZ EMPÁTIA VIZSGÁLATA A BME GAZDASÁGI MESTERKÉPZÉSEINÉL A PANDÉMIA VONATKOZÁSÁBAN

(COVID-19 JÁRVÁNY ELŐTT, KÖZBEN ÉS UTÁN)

Kovács Stefan

adjunktus
Budapesti Műszaki
és Gazdaságtudományi Egyetem
kovacs.stefan@gtk.bme.hu

Veres István

adjunktus
Budapesti Műszaki
és Gazdaságtudományi Egyetem
veres.istvan@gtk.bme.hu

Bíró-Szigeti Szilvia

egyetemi docens
Budapesti Műszaki
és Gazdaságtudományi Egyetem
szigeti.szilvia@gtk.bme.hu

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtized során jelentős átalakulásokon mentek keresztül a hazai és nemzetközi felsőoktatási intézmények. A Covid által okozott gazdasági és társadalmi változások tovább erősítették az átalakulási folyamatot. Az átalakulás oka az intézmények közötti verseny fokozódása, a felsőoktatási szektor globalizációja és a finanszírozási rendszer átalakulása. Az intézmények közötti verseny nem csak a potenciális hallgatók megszerzéséért zajlik, hanem az erőforrásokért (támogatások, kutatási erőforrások, fejlesztések, vállalati együttműködések) is. Coates (2022), Komljenovic (2022) és McNay (2022) szerint ezek az erőforrások jelentős hatással vannak az intézmények fejlődésére és versenyképességére.

Kutatásunk célja kettős volt, egyrészt szerettük volna megérteni, hogy a marketing oktatásban mekkora szerepet játszik a hallgatók által érzékelhető empátia, másrészt pedig a Covid-19 járvány milyen hatást gyakorolt a hallgatók empátiával összefüggő igényekre. A kutatásunk során a szolgáltatás-marketingben alkalmazható SERVPERF módszer segítségével mértük fel a változásokat. A tanulmányunkban egy átfogó (a Covid-19 járvány előtti, alatti és utáni időszakra kiterjedő) felmérés részeredménye található, ahol kizárólag az empátiára fókuszálunk. A kutatás lehetővé tette számunkra, hogy megértsük, az elmúlt években milyen preferenciabeli változások történtek a marketing oktatásban, és ezek milyen hatással vannak az oktatókra vonatkozó elvárásokra.

AZ EMPÁTIA FONTOSSÁGA A VÁLTOZÁSOK VIHARÁBAN: FÓKUSZBAN A HALLGATÓK

A folyamatosan változó globális környezetben a felsőoktatási intézményeknek meg kell felelni különböző társadalmi elvárásoknak is. A felsőfokú intézményi átalakulás szorosan összefügg a felsőoktatás globalizációjával, a globalizációs változásokra adott intézményi válaszokkal (Yamada, 2022; Wu & Kan, 2022; Li & Eryong, 2022). A globalizációnak köszönhetően a felsőoktatás, mint szolgáltatás egyre több hallgató számára elérhető, így végeredményben a hallgatók családjai és majd az őket foglalkoztató vállalatok is erősebb, szigorúbb és magasabb elvárásokat fogalmaznak meg a végzetekkel szemben, közvetetten az intézményekkel szemben is. Például a fenntartható működés és a környezettudatosság bekerült a BME fókuszába, a vállalati követelmények is újraformálják tanterveket, de az új technológiák (mesterséges intelligencia, digitalizáció) mellett sem mehetünk el, s mindeközben a hallgatók elvárásait se hagyhatjuk figyelmen kívül.

Hazai és nemzetközi kutatások eredményeit áttekintve a hallgatókat két jelentős hatás érte a Covid ideje alatt: egyrészt új digitális készségek és képességek megszerzésére kényszerültek, miközben általános mentális állapotuk jelentősen romlott a 2019 előtti helyzethez képest. Karner (2021) kutatásvezető eredményei alapján a hazai felsőoktatásban tanuló hallgatók mentális állapota jelentős romlást mutatott. Az online kérdőíves kutatásban közel tízezer hallgató vett részt, akik 47 különböző magyar felsőoktatási intézmény aktív hallgatói voltak. 7639 hiánytalanul kitöltött kérdőív egyik, általunk kiemelt eredménye alapján a hallgatók összpontszám átlaga, és az egyes alskálák (pszichés tünetek, interperszonális kapcsolatok és társas szerepek betöltése) átlagai egyes esetekben jelentősen meghaladták az amerikai vizsgálatok által megállapított klinikai küszöb értékeket. A teljes összpontszám átlag 73,09 pont volt és 65 pont fölött már klinikai súlyosság állapítható meg az amerikai mintát alapul véve. Mindhárom előbb említett alskála esetében a hazai hallgatók átlagértékei meghaladták a klinikai szintet (Karner, 2021) és (Auerbach et al., 2018). A hallgatók rossz mentális állapotával párhuzamosan jelent meg a digitális oktatási platform, egy új oktatási és számonkérési struktúra. Együttesen ezen hatások megoldásában lényeges szerepet kell kapnia az egyetemnek és az etikus önszerveződő hallgatói tanulócsoporthoz.

Mindezen eredmények alapján az empátikus magatartás a hallgatói interakciókban és a hallgató egyetem viszonyában is felértékelődik. Az empátikus marketing, ahogy Törőcsik fogalmaz, kevésbé látható és látványos, de éppen ezért is nagyon jó eszköz lehet az empátikus marketing alkalmazása a fenti problémák kezelésére, hiszen itt fokozottan igaz, hogy a számok mögött ott van az ember, a humán tényező (Törőcsik, 2000).

A KUTATÁS MÓDSZERE

A szolgáltatások minőségének elemzésére, meghatározására számos módszer ismeretes, melyből a SERVPERF-módszert alkalmaztuk a kutatásunk során. A módszernek megfelelően 22 darab, a minőség dimenzióinak állapotát meghatározni segítő kérdést tettünk fel (Papp-Rózsa, 2003). Ezek közül 5-5 állítás vonatkozott a „Megbízhatóságra” és „Empátiára”, 4-4 a „Fizikai evidenciára”, a „Készségességre” és a „Hozzáértésre”. A módszer választásunk során abból az alapfeltételezésből indultunk ki, hogy a minőség egyenlő a teljesítménnyel. Átvettük Fojtik-Farkas (2001) szemléletét, miszerint a hallgatók „A minőséget attitűdként szemlélik: a megfelelés és fontosság elve szerint tartják számszerűsíthetőnek” Az SERVPERF modell alkalmazása során az elvárást nem, csak a tapasztalt teljesítményt mértük, továbbá a jellemzők egymáshoz képesti fontosságát is súlyozással figyelembe vettük. A skála 1-től 7-ig terjedő Likert-skála, ahol az 1-es jelenti az állítás elutasítását, a 7-es pedig az állítással való teljes egyetértést.

KUTATÁS FELÉPÍTÉSE ÉS EREDMÉNYEI

Felmérésünk során longitudinális kutatást alkalmazva vizsgáltuk meg, hogy hogyan is változnak bizonyos időközönként a hallgatói elvárások egyes mester szintű marketing tantárgyak, az adott intézmény által nyújtott szolgáltatásokkal és szolgáltatásjellemzőkkel kapcsolatban. Azért döntöttünk a longitudinális kutatás mellett, mert így lehetővé vált, hogy figyelemmel kövessük a hallgatói elvárások hosszú távon bekövetkezett változásait.

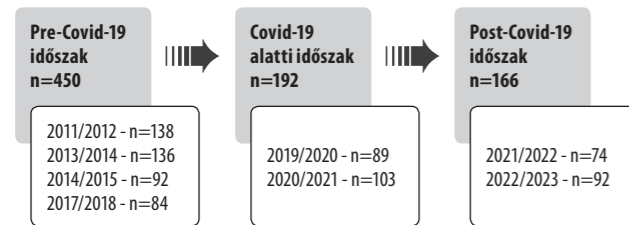
Kutatásunk fő célcsoportját a BME-GTK gazdaságtudományi területen működő mesterszakjainak hallgatói adták: egyrészt a nappali képzés Műszaki Menedzser, Vezetés és Szervezés, valamint Pénzügy, másrészt a részidős képzés Marketing

mesterszak hallgatói. A mintavételi eljárásunk önkényes volt. Azok a hallgatók töltötték ki a kérdőívünket, akik részt vettek a Szolgáltatásmarketing és Marketingmenedzsment kurzusok előadásain. A jelenléti oktatás során személyesen, papír alapon, míg az online oktatás során online formában adtak válaszokat.

Ahogy korábban említettük, kutatásunk legfőbb célját az adta, hogy megismerjük hallgatóink elvárásait a marketing tárgyak oktatásával kapcsolatban, valamint bemutassuk nekik az egyes szolgáltatásmarketinghez kötődő minőségmérési módszerek előnyeit és hátrányait. A külső környezeti hatások azonban lehetővé tették egy harmadik kutatási kérdés felvetését is: vajon a Covid-19 okozta társadalmi változások hogyan befolyásolták az oktatási intézményünkkel, valamint a marketing oktatással szembeni elvárások mértékét. Jelen tanulmányban ez utóbbin belül az empátia tényező fontosságát vizsgáljuk pre-Covid-19, Covid-19 alatti és post-Covid-19 időszakban.

A MINTA ÉS AZ ADATFELVÉTEL ISMERTETÉSE

Adatfelvételünk a 2011/2012-es tanévben indult és bizonyos időközönként megismételtük. A következő táblázatban foglaltuk össze a főbb adatfelvételi időszakokat, valamint az egyes mintaelemszámokat. Az összehasonlítás támogatása végett felosztottuk pre-Covid-19, Covid-19 alatti és post-Covid-19 időszakra az adatbázisunkat annak függvényében, hogy mikor is történt az adatfelvétel.



1. ábra: Az egyes hullámok során elért minta nagysága.
(Forrás: Saját szerkesztés)

A teljes mintánk a nemek megoszlásában a következő arányt követte 64% nő, 36% férfi, míg lakóhely szerint 56% Budapest, 24% vármegyeszékhely, 11% egyéb város, 9% pedig község, falut jelölt meg. Foglalkozást tekintve 68% aktív volt, míg 32% inaktív. A főbb demográfiai adatokban nem jelentek meg szignifikáns különbségek, kivéve a foglalkozást: Covid alatti időszakban az aktív foglalkozással rendelkezők aránya alacsonyabb volt a teljes mintához viszonyítva: 57% aktív, 43% inaktív. Az eredmény nem meglepő, hisz az adott időszak alatt sok, hallgatói munkát érintő leépítések jellemezték a munkaerő piacot.

A FŐBB EREDMÉNYEK ISMERTETÉSE

Ahhoz, hogy megértsük, a Covid-19 miként változtatta meg a hallgatói elvárásokat, a három fő almintánkban megvizsgáltuk, vajon van-e eltérés az empátia fontosságára adott válaszokban.

Mindehhez varianciaelemzést alkalmaztunk. Elemeztük, hogy a vizsgált három időszak „empátia” tényező fontossága szignifikánsan eltér-e egymástól. Az értékelés során a vizsgálatba bevont sokaságok (pre-Covid-19, Covid-19 alatti és post-Covid-19 időszak) átlagai közötti különbségeket hasonlítottuk össze. Fő hipotézisünk az volt, hogy a három időszakban a hallgatók számára az empátia eltérő fontossággal bír.

Mielőtt megvizsgáltuk a három időszak empátiára vonatkozó kategóriaáttagát, megnéztük, hogy fennáll-e a szórás-homogenitás, azaz az F-próba eredménye kellő megbízhatósággal fogadható-e el. Mivel a Levene-teszthez tartozó szignifikanciaszint (0,163), ezért a H₀ hipotézist nem vetettük el. Az F-próbához (43,784) tartozó szignifikanciaszint (0,000), tehát az empátia fontosságának értéke és a vizsgált három időszak (pre-Covid időszak átlagértéke 4,17, Covid alatti időszak átlagértéke 4,93, post-Covid időszak átlagértéke 4,08) szintjei alapján szignifikánsan különbözött.

Az 1. táblázatból láthatjuk, hogy mivel az F próba szignifikancia értéke kisebb mint 0,05, így a nullhipotézisünket elutasítjuk. Mindez tovább erősít bennünket abban, hogy a vizsgált időszakok empátiára vonatkozó kategóriaáttagai szignifikánsan eltérnek egymástól. Az Eta négyzet (0,098) érték alapján pedig kijelenthető, hogy az egyes időszakokban mért empátia fontossága és a vizsgált időszakok közötti kapcsolat gyengének tekinthető.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
EMPÁTIA* PRE, ALATTA, POST	Between Groups	90,046	2	45,023	43,784	,000
	Within Groups	827,783	805	1,028		
	Total	917,830	807			

1. táblázat: Anova táblázat.
(Forrás: Saját szerkesztés)

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a Covid-19 alatti időszakban a hallgatókban megerősödött az empátia iránti igény: az oktatói figyelem, a hallgatókhoz igazodó oktatói elérhetőség, az egyetem alkalmazottainak személyes figyelme, a hallgatói érdekek figyelembevétele, valamint a megszokottól eltérő, különleges igények megértése. Mindezek sokkal fontosabb tényezővé váltak a hallgatók életében, mint a pre-Covid-19, és ahogy az alábbi, 2. táblázatban láthatjuk, a post-Covid-19 időkben is.

	Pre-Covid n=448	Covid alatt n=192	Post-Covid n=166
Oktatói figyelem	3,72	4,28	3,86
„Nyitvatartási idő”	4,28	4,60	4,02
Az egyetem alkalmazottjainak személyes figyelme	3,88	4,84	4,17
Hallgatói érdekek	4,59	5,43	4,36
Különleges igények megértése	4,36	5,49	4,01

2. táblázat: Az empátiára vonatkozó állítások és átlagértékei a vizsgált időszakokban.
(Forrás: Saját szerkesztés)

ÖSSZEFOGLALÁS

Egy felmérést végeztünk a felsőoktatási hallgatók empátiára vonatkozó elvárásairól a Covid-19 járvány előtti, alatti és utáni időszakban. Az adatokat már a járványt megelőző években elkezdtük gyűjteni és az adatgyűjtést rendszeresen megismételtük. A minta mérete eltérő volt az adatgyűjtés különböző

hullámok között. A tanulmányban a Covid-19 előtti, Covid-19 és Covid-19 utáni időszakokra osztottuk fel a gyűjtött adatokat az adatgyűjtés időpontja alapján. Tanulmányunkban abból a hipotézisünkben indultunk ki, miszerint a diákok empátia iránti fontossága szignifikánsan különbözik a három időszakban. Az elemzés eredményeként a feltételezésünk beigazolódtott, azaz a három időszak szignifikánsan különbözött az empátia fontossága szempontjából. Összességében a tanulmány azt sugallja, hogy a Covid-19 időszak alatt a diákok empátiára vonatkozó elvárásai változtak, és ez a változás szignifikáns volt. Longitudinális kutatásunk megerősíti az empátia fokozódó szerepét a hazai felsőoktatásban. A Covid-19 időszak oktatásra gyakorolt egyik lényeges hatása tehát az empátia megerősödése, illetve annak felértékelődése az oktatási szolgáltatás nyújtása során.

Az empatikus tanítási szemléletmód és eszköztárának fejlesztése a rövid elméleti kitekintésben megemlített hallgatói mentális állapotromlásra is megoldást jelenthet, illetve a digitális eszközök személytelenítő faktorát (kevesebb találkozás hallgatókkal és oktatókkal) is kompenzálhatja. Felvetésünk igazolására tervezzük a következő években is kutatásunk megismétlését, illetve javasoljuk más intézmények hallgatóira is a kutatás kiterjesztését.

HIVATKOZÁSOK

- Auerbach R. P., Mortier P., Bruffaerts R., Alonso J., Benjet C., Cuijpers P., Demyttenaere K., Ebert D. D., Green J. G., Hasking P., Murray E., Nock M. K., Pinder-Amaker S., Sampson N. A., Stein D. J., Vilagut G., Zaslavsky A. M., Kessler R. C. & WHO WMH-ICS Collaborators (2018), WHO World Mental Health Surveys International College Student Project: Prevalence and distribution of mental disorders. *Journal of Abnormal Psychology*, 127(7), 623–638. DOI: 10.1037/abn0000362
- Coates, H. & Goedegebuure, L. (2022), New frontiers of higher education competition. In: Jakob, M., Kearney, M-L. & Meek, V.L. (2022), *Higher Education and Research in the Post-Knowledge Society: Scenarios for a Future World*, Cambridge Scholars Publishing, UK.
- Fojtik J. & Farkas L. (2001), *Minőség és marketing: a pénzügyi szolgáltatások példája. Vezetéstudomány*, 32 (10) 44-53.

- Karner O., Kiss M., Perger M., Füleki B., Franczia N., Török L., Csikai E. & Sebő T. (2021), Magyarországi felsőoktatásban tanuló hallgatók mentális jóllétének felmérése, Kutatási beszámoló. <https://www.feta.hu/kutatas>
- Komljenovic, J. (2022), Agents of Global Competition in the International Student Market. In *From Actors to Reforms in European Higher Education* (pp. 141-154). Springer, Cham.
- Li, J., & Eryong, X. (2022), New directions towards internationalization of higher education in China during post-COVID 19: A systematic literature review. *Educational Philosophy and Theory*, 54(6), 812-821. <https://doi.org/10.1080/00131857.2021.1941866>
- McNay, I. (2022), Academic capitalism, competition and competence: the impact on student recruitment and research assessment. *Journal of Further and Higher Education*, 46(6), 780-792. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2021.2003307>
- Papp K. & Rózsa A. (2003), Szolgáltatásminőség elméletben és gyakorlatban. *Marketing & Menedzsment*. 2003/5. 4-13.
- Törőcsik M. (2000), *Empatikus marketing*, Bagolyvár Kiadó, Budapest
- Wu, F., & Kan, Y. (2022), Contesting globalization and internationalization of higher education: discourse and responses in the Asia Pacific Region. *Asia Pacific Journal of Education*, 1-3.
- Yamada, A. (2022), Globalization and internationalization of higher education reform in Japan: Pre and post Covid-19. In *Discourses of Globalisation and Higher Education Reforms*, 93-112. Springer, Cham.

A JÓ VEZETŐ EGYBEN PEDAGÓGUS IS? AZ EMPÁTIA ÉS A VEZETŐFEJLESZTÉS

Kuráth Gabriella

egyetemi docens
Pécsi Tudományegyetem
kurath.gabriella@tk.pte.hu

Németh Zsolt

egyetemi docens
Pécsi Tudományegyetem
zsolt.nemeth@gamma.ttk.pte.hu

BEVEZETÉS

Az empátia, az emocionális megközelítés vállalása gondolkodásra készíti az olvasót, olvashatjuk Törőcsik Mária (2000, 7) *Empatikus marketing* c. könyvében. A továbbgondolás során eljuthatunk más tudományterületekhez is, amely szerint ezek a megállapítások a menedzsmentre is értelmezhetők.

A fentiekhez kapcsolódva a tanulmány célja bemutatni az új kihívásokat a vezetésben, kiemelten foglalkozunk a pedagógus szereppel, ehhez kapcsolódva további célunk a vezetőfejlesztés emocionális megközelítésének a bemutatása is.

A tanulmányban a fenti kérdések kapcsán csak a témához kapcsolódó felvetések, gondolatok bemutatására fókuszálunk, a terjedelmi korlátok miatt mélyebb elemzésre nem törekedtünk.

VÁLTOZÓ MENEDZSMENT – A VEZETŐ, MINT PEDAGÓGUS

2008 májusában összegyűlt 35 neves tudós, szakértő, nemzetközi vállalati vezető, hogy a következő alapkérdésre választ keressenek. Milyen kihívásokkal kell megbirkózni annak érdekében, hogy újra feltalálják a menedzsmentet és a gyorsan változó világhoz alkalmazkodóvá formálják? Megállapították, hogy a tudományterület elmélete és a gyakorlata elérte a határait, és más tudományterületeket is be kell vonni a továbblépéshez. A műhelymunka eredménye egy 25 elemű lista lett a menedzsment nagy kihívásaiból (Hamel, 2009).

A mai kor kihívásai kapcsán tehát más hozzáállásra van szükség, paradigmaváltás történt, a versengő paradigma helyett a nyer-nyer paradigma kezd uralkodóvá válni. Ehhez kapcsolódva a vezetésstudomány nem csak a vezetőkre, hanem a követőkre is összpontosít, megosztott, kapcsolati jellemzőként is létezik (Ujhelyi, 2019).