

## **TÉZISGYŰJTEMÉNY**

**Mucsi Attila**

**A KÜLFÖLDI TANULMÁNYOKKAL KAPCSOLATOS MOTIVÁCIÓK,  
ELÉGEDETTSÉG ÉS LOJALITÁS: A SZOLGÁLTATÁSMINŐSÉG, AZ  
AKKULTURÁCIÓ ÉS A KÜLFÖLDI HALLGATÓK EGYÉNI  
TÉNYEZŐINEK HATÁSA A FELSŐOKTATÁSBAN**

című doktori értekezéséhez

**Témavezető:**

**Dr. Malota Erzsébet**

egyetemi docens

Budapest, 2021

**Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás Tanszék**

**TÉZISGYŰJTEMÉNY**

**Mucsi Attila**

**A KÜLFÖLDI TANULMÁNYOKKAL KAPCSOLATOS MOTIVÁCIÓK,  
ELÉGEDETTSÉG ÉS LOJALITÁS: A SZOLGÁLTATÁSMINŐSÉG, AZ  
AKKULTURÁCIÓ ÉS A KÜLFÖLDI HALLGATÓK EGYÉNI  
TÉNYEZŐINEK HATÁSA A FELSŐOKTATÁSBAN**

című doktori értekezéséhez

**Témavezető:**

**Dr. Malota Erzsébet**

egyetemi docens

## Tartalomjegyzék

<b>1. KUTATÁSI ELŐZMÉNYEK ÉS A TÉMA INDOKLÁSA .....</b>	<b>1</b>
1.1. A disszertáció célja.....	1
1.2. A vizsgált változók és skálák a disszertációban .....	2
1.3. Elméleti modell .....	3
<b>2. A FELHASZNÁLT MÓDSZEREK .....</b>	<b>5</b>
2.1. Kutatási kérdések és hipotézisek.....	5
2.2. A kutatás menete .....	6
2.3. Kutatási módszertan .....	7
2.3.1. Kvalitatív adatgyűjtés és minta .....	7
2.3.2. Kvantitatív adatgyűjtés és minta .....	8
2.3.3. Kvantitatív adatelemzés (PLS).....	8
<b>3. AZ ÉRTEKEZÉS TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEI.....</b>	<b>9</b>
3.1. Kvalitatív kutatási eredmények .....	9
3.2. Kvantitatív kutatási eredmények .....	11
3.2.1. A változók legfontosabb tényezői (PLS).....	13
3.2.2. A motiváció, elégedettség és lojalitás kapcsolata.....	14
3.2.3. Az akkulturáció mediáló hatása.....	14
3.2.4. A kulturális sokk hatása az akkulturációra .....	15
3.2.5. Az észlelt szolgáltatásminőség mediáló hatása .....	15
3.2.6. Moderáló tényezők .....	15
3.3. Összefoglalás.....	16
3.4. Elméleti és gyakorlati hozzájárulás .....	17
3.5. Limitációk és új kutatási irányok .....	18
<b>4. FŐBB HIVATKOZÁSOK.....</b>	<b>19</b>
<b>5. PUBLIKÁCIÓS JEGYZÉK.....</b>	<b>22</b>

## 1. KUTATÁSI ELŐZMÉNYEK ÉS A TÉMA INDOKLÁSA

A nemzetközi hallgatók száma 2015-re globálisan meghaladta a 4,5 milliót (OECD, 2017), majd 2018-ban (UNESCO, 2020) átlépte az 5,5 milliós határt. Mivel a felsőoktatási intézmények között nagy verseny folyik a nemzetközi hallgatókért (IIE, 2017), az intézményeknek a kiváló akadémiai minőségen túlmutató tényezőkre is fókuszálniuk kell (Borzooei & Asgari, 2014). Az intézmények versenyelőnyt szerezhhetnek, ha megértik azokat a különféle kihívásokat és személyes küzdelmeket, amelyekkel a külföldi hallgatók a külföldi tanulmányi programjuk során szembesülnek, és amelyek indirekt módon befolyásolhatják a szolgáltatásminőség megítélését és az elégedettségi szintet is.

A jelenlegi kutatás célja ennek az elméleti kapcsolatnak a vizsgálata egy holisztikus keretmodellben, amely összekapcsolja a külföldi tanulmányi programmal való elégedettséghez kapcsolódó változókat, úgymint a fogadó ország kultúráját, a fogadó intézmény szolgáltatásait és a külföldi hallgatók egyéni és motivációs tényezőit. A marketing és pszichológia területén alkalmazott változók összefonódó természetének megértése nyomán az intézmények végső soron eredményesebben támogathatják majd a nemzetközi hallgatók akadémiai, szakmai és személyes fejlődését. A szakirodalomban számos kutatással lehet találkozni, amelyek az egyes változókat külön-külön vizsgálták, de a közöttük fennálló kapcsolatról keveset lehet tudni a felsőoktatás kontextusában, illetve nem léteznek olyan holisztikus modellek, amelyek az összes említett változót egyetlen elméleti keretbe foglalnák.

### 1.1.A disszertáció célja

A disszertáció célja, hogy feltárja és elemezze a külföldi hallgatók motivációit a külföldi tanulmányaikkal összefüggésben, és vizsgálja azok hatását a fogadó intézménnyel való elégedettségre és lojalításra. Továbbá a disszertáció vizsgálja az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) mediáló szerepét a fogadó ország kultúrájának figyelembevételével és az észlelt szolgáltatásminőség mediáló szerepét az egyetem által nyújtott szolgáltatásokon keresztül. A disszertáció fő kérdése az alábbi.

A külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk, az elégedettség és a lojalitás összefüggéseinek mérése során melyek a legfontosabb befolyásoló változók a fogadó országban, a fogadó intézményben és a külföldi hallgatókhoz kapcsolódó tényezők esetén?

## 1.2.A vizsgált változók és skálák a disszertációban

**Külföldi tanulmányokkal kapcsolatos motivációk:** a külföldi tanulmányok motivációi magukban foglalják a személyes fejlődést, a kulturális tanulást, egy új ország felfedezését, a nemzetközi barátok szerzését vagy a nemzetközi karrier építését (Leutwyler & Meierhans, 2013). A push és pull tényezők (McMahon, 1992; Mazzarol, 1998; 2002) a fogadó ország szintjén és a fogadó intézmény szintjén kategorizálták a külföldi tanulmányok motivációit. A dolgozatban az öndeterminációs motivációs skála került felhasználásra, amelyben a legmagasabb autonómiát a belső, identifikációs és pozitív introjektált motivációk adják, míg a döntéshozatali folyamat alacsony szintű autonómiával rendelkezik a negatív introjektálás, külső és amotiváció esetén (Yang et al, 2017).

**Kulturális sokk:** egy új kulturális környezetben a nemzetközi hallgatók gyakran tapasztalnak bizonyos fokú kulturális sokkot (Oberg, 1960). A hallgatók külföldre érve azonnal elveszítik a megszokott támogató hálózatot (család és a barátok) (Chaney & Martin, 2011), és szembesülnek a fogadó ország értékrendszerével, helyi nyelvvel, és a viselkedési normákkal (Malota, 2013), továbbá a külföldi diáktársaik is hozzájárulhatnak a gyakran tapasztalt szellemi és akár fizikai kellemetlenségekhez (Hidasi, 2004). Mumford (1998) a kulturális sokkot két csoportra osztotta, amelyek az egyén által érzékelt belső sokk (undor, elfogadás hiánya, stressz, zavartság, támogatás hiánya) és az interperszonális sokk, amely a befogadó kultúra tagjaival való interakciókhoz kapcsolódik.

**Akkulturáció (szociokulturális adaptáció):** a kulturális sokk korai klinikai kezelésének gondolatától indulva (Oberg, 1960) a kutatók elmozdultak a kulturális tanulás irányába, amely az akkulturációt a kulturálisan helyes viselkedéssel mérte (Zhou et al, 2008), amely végső soron a külföldi hallgatók szociokulturális adaptációját jelenti (Searle & Ward, 1990; Ward & Kennedy, 1999). Az empirikus kutatásban az akkulturáció változó az akkulturáció viselkedési dimenziójára fókuszált, tehát a szociokulturális alkalmazkodást mérte a külföldi hallgatók kompetenciáján keresztül (Wilson, 2013).

**Észlelt szolgáltatásminőség:** kizárólag a teljesítmény mérő SERVPERF szolgáltatásminőség skálát Cronin és Taylor (1992) dolgozta ki. A pontosabb eredmények érdekében megjelentek a felsőoktatási specifikus mérési skálák, például a HEdPERF (Firdaus, 2006). Újabb kutatási eredmények tovább finomították a mérési skálát, amely a disszertációban figyelembe veszi az akadémiai oktatási tényezőket, a nemzetközi koordinátorok munkáját, az

oktatók és a koordinátorok elérhetőségét, a fogadóintézmény által kínált tanulmányi program tényezőit és az intézmény hírnevét. (Faizan et al, 2016).

**Elégedettség:** az elégedettség gyakran a siker fő mutatója a nemzetközi felsőoktatásban és más iparágakban egyaránt (Oliver, 1997; Alves & Raposo, 2007). A disszertációban az elégedettség változónak központi szerepe van, ezért a fogadó országhoz és a fogadó intézményhez kapcsolódó elégedettségi mutató mellett (Paharoo et al, 2013), a fogadó intézménnyel való elégedettséget egy multi-attribútumú skála is méri (Faizan et al, 2016).

**Lojalitás:** a lojalitás a vevői elégedettségnek jól ismert következménye (Fernandes et al, 2013; Helgesen & Nettet, 2007), és fontos szerepe van a disszertációban, mivel az attitűd lojalitás elemek, köztük a szájreklám (Faizan et al, 2016) kulcsfontosságú az egyetemek számára a külföldi hallgatók toborzásakor.

**Egyéni tényezők:** a legfontosabb lehetséges moderáló tényezők az életkor, nem, tanulmányi szint, személyiségtípus, tanulási stílus, tanulmányi átlag (Fredericksen et al, 2000; Brokaw et al, 2004), a program hossza, a külföldön töltött idő, szak, pénzügyi helyzet, támogatási státusz (Malota, 2013), előzetes ismeretek és a korábbi tanulmányok színvonala, származási ország (Vangelis & Hill, 2019), illetve a személyiségjegyek (John & Srivastava, 1999), amely egy rövidített „Big Five” személyiségteszt (Nandi & Nicoletti, 2009) a disszertációban.

### 1.3.Elméleti modell

Az imént taglalt változókat külön-külön vizsgálva nagy mennyiségű szakirodalom áll rendelkezésre, azonban sem a felsőoktatásban, sem azon kívül nem található olyan holisztikus modell, amely ezeket egyetlen keretrendszerbe foglalná (1. Ábra).

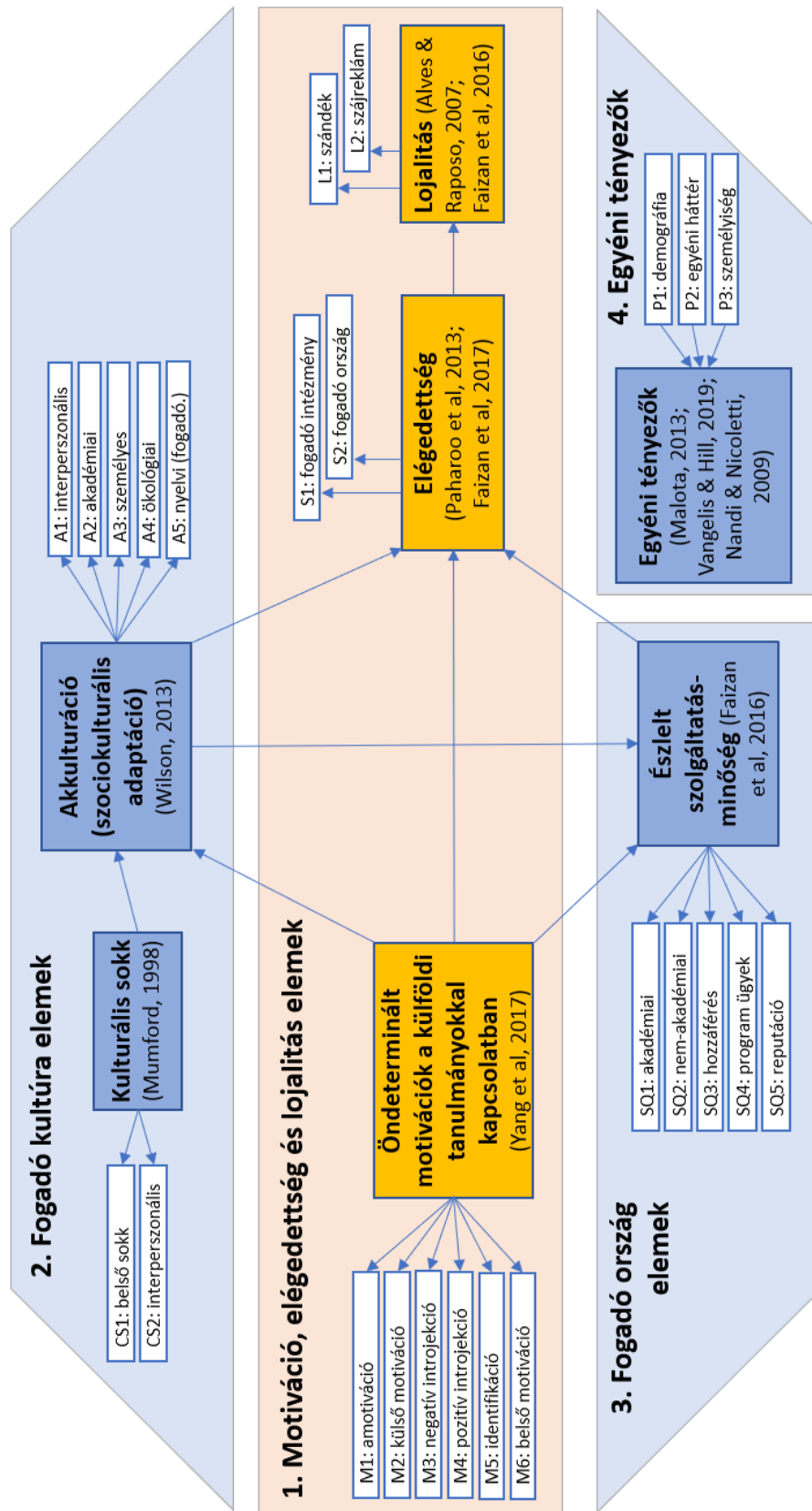
**A középső szakasz:** közvetlen összefüggés a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk (Yang et al, 2017) és az elégedettség, valamint az elégedettség és a lojalitás (Paharoo, 2013; Faizan et al, 2016) között.

**A felső rész:** a fogadó ország hatása, beleértve a fogadó országban tapasztalt kulturális sokkot (Mumford, 1998) és a külföldi hallgatók akkulturációját (Wilson, 2013).

**A bal alsó rész:** az észlelt szolgáltatásminőség mediáló hatása

**A jobb alsó rész:** a külföldi hallgatók egyéni tényezői, alapvető demográfiai adatok (Malota, 2016), személyes háttér (Vangelis & Hill, 2019) és a külföldi hallgatók személyisége (Nandi & Nicoletti, 2009).

1. Ábra: Elméleti modell



Forrás: saját összeállítás

## **2. A FELHASZNÁLT MÓDSZEREK**

### **2.1. Kutatási kérdések és hipotézisek**

Az elméleti modell alapján a kutatási kérdések és a hozzájuk tartozó kutatási hipotézisek a kutatási modellben kerültek véglegesítésre (2. Ábra). A disszertáció fő kutatási kérdése: *a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk, az elégedettség és a lojalitás összefüggéseinek mérése során melyek a legfontosabb befolyásoló változók a fogadó országban, a fogadó intézményben és a külföldi hallgatókhoz kapcsolódó tényezők esetén?*

**Kutatási kérdés 1:** melyek a legfontosabb külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és van-e közvetlen kapcsolatuk az elégedettséggel? Az elégedettség hatással van-e a külföldi hallgatók lojalitására?

**H1a:** *A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk pozitívan befolyásolják az elégedettséget*

**H1b:** *Az elégedettség pozitívan befolyásolja a lojalitást*

**Kutatási kérdés 2:** a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és az elégedettség direkt kapcsolatában van-e mediáló szerepe az akkulturációnak?

**H2a:** *A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk pozitívan befolyásolják az akkulturációt (szociokulturális adaptációt)*

**H2b:** *Az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) pozitívan befolyásolja az elégedettséget*

**H2c:** *Az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) pozitívan befolyásolja az észlelt szolgáltatásminőséget*

**Kutatási kérdés 3:** melyek a legfontosabb kulturális sokk tényezők a külföldi hallgatók számára, és a kulturális sokk befolyásolja-e az akkulturációt?

**H3:** *A kulturális sokk negatívan befolyásolja az akkulturációt (szociokulturális adaptációt)*

**Kutatási kérdés 4:** a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és az elégedettség direkt kapcsolatában van-e mediáló szerepe a szolgáltatásminőségnek?

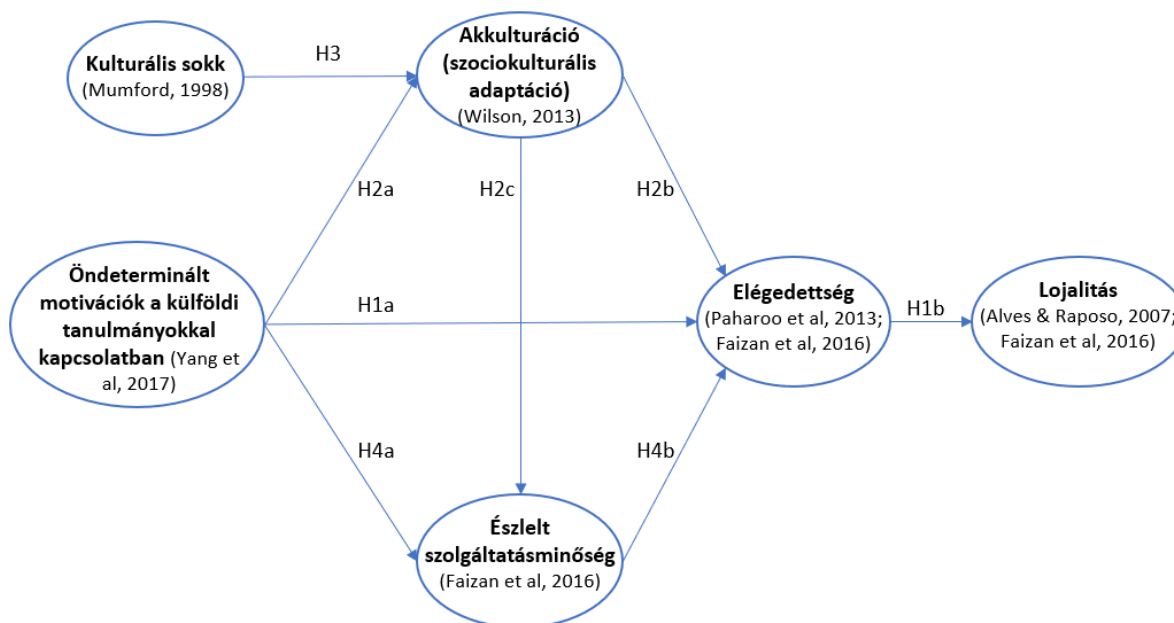
**H4a:** *A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk pozitívan befolyásolják az észlelt szolgáltatásminőséget*

***H4b: Az észlelt szolgáltatásminőség pozitívan befolyásolja az elégedettséget***

**Kutatási kérdés 5:** A külföldi hallgatók demográfiai adatai, személyes jellemzői és személyiségjegyei befolyásolják-e az elégedettséget?

Az összes moderáló hatás (demográfiai, személyes jellemző és személyiségjegyek) elemezve lett és csak a szignifikáns eredmények kerültek bemutatásra az eredményeknél.

**2. Ábra: Végso kutatási modell és hipotézisek**



**Forrás: saját összeállítás**

**2.2.A kutatás menete**

A disszertáció a vegyes módszerekkel végzett kutatási módszertant alkalmazta, ahol a kutatási szakaszok kiegészítették egymást, így szinergiákat hoztak létre, amelyek hozzájárultak a következetesebb és magasabb színvonalú kutatási eredményekhez (Tashakkory & Teddlie, 2003). A kutatás során az elméleti és módszertani trianguláció is megvalósult, először az irodalmi szintézis formájában, majd a kvalitatív és kvantitatív kutatási fázisok vegyülésével (Venkatesh et al 2013; Berg & Lune, 2012). Tekintettel a szakirodalomban fellelhető távolságra a marketing (észlelt szolgáltatásminőség, az elégedettség és lojalitás) és pszichológiai (a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk, az akkulturáció, a kulturális sokk) változók vizsgálata között, a vegyes kutatási módszerrel végzett kutatási megközelítés a

legmegfelelőbb a kapcsolódási pontok feltárása érdekében. A kvalitatív adatgyűjtés és az elemzés eredményei beépítésre kerültek a kutatási modellbe és az azt követő kvantitatív kutatási szakaszba. Az alkalmazott kutatási módszerek részletei az egyes szakaszokban kerülnek majd bemutatásra. A kutatási idővonal az 1. Táblázatban található.

### 1. Táblázat: Kutatási idővonal

Kutatási stratégia	A kutatási lépés célja	Adatgyűjtés és adatelemzés	Kutatási minta	Kutatási idővonal
1.Fázis: kvalitatív	Kutatási modell fejlesztése: a dimenziók feltárása: motivációk, akkulturáció, kulturális sokk, szolgáltatásminőség, elégedettség, lojalitás, egyéni tényezők	Mélyinterjúk és tematikus tartalomelemzés	20 külföldi hallgató	2018 november-december
			20 külföldi hallgató	2020 április-május
2.Fázis: kvantitatív	Mérési modell fejlesztése és kérdőív tesztelés	Online kérdőív pilot kitöltők	10 külföldi hallgató	2021 február-március
	Kutatás modell és hipotézis tesztelés: motivációk, akkulturáció, kulturális sokk, szolgáltatásminőség, elégedettség, lojalitás, egyéni tényezők	Online kérdőív és PLS útelemzés	426 külföldi hallgató	2021 április-május

**Forrás: saját összeállítás**

A második kvalitatív adatgyűjtés ideje alatt a COVID-19 már hatással volt az akadémiai mobilitási programokra, így a világjárvány hatása várható volt és a kutatás ezt figyelembe vette.

## 2.3. Kutatási módszertan

### 2.3.1. Kvalitatív adatgyűjtés és minta

A kutatás kvalitatív szakaszában 2018-ban és 2020-ban összesen 40 mélyinterjú készült nemzetközi hallgatókkal, tehát a második mintavételnél a pandémia hatása számításba volt véve. Ezt követően a kvantitatív szakaszban 426 érvényes válasz érkezett (a Tempus Közalapítványon keresztül), a 2021-ben Magyarországon tanuló külföldi hallgatóktól. Az adatok SmartPLS 3 segítségével kerültek elemzésre (Ringle et al, 2015).

A kvalitatív adatgyűjtés célzott és kvótás (nem-valószínűség alapú) mintavétellel történt, az interjúalanyok főleg a Budapesti Corvinus Egyetemen tanuló külföldi hallgatók voltak, de az

intézményen kívülről is voltak külföldi hallgatók. A kritériumok szerint csak olyan hallgatók kerültek be a mintába, akik legalább 1 féléves tanulmányi programon vettek részt és abból már legalább két hónap eltelt, annak érdekében, hogy megszerezzék a kutatás tárgyához szükséges kulturális tapasztalatot a fogadó országban. Az európai és nem európai állampolgárok aránya közel 50:50 arányban lett meghatározva, ezzel is növelve a feltáró kutatáshoz szükséges minta heterogenitást. A kvalitatív adatok mélyinterjúk segítségével, angol nyelven lettek gyűjtve. Az első 20 interjú a kutató irodájában volt megszervezve (akár online módon is), az interjúk 60-80 percig tartottak, míg a COVID-19 járvány alatt a második 20 interjú a karantén miatt teljes egészében online történt.

### 2.3.2. Kvantitatív adatgyűjtés és minta

A kvantitatív szakasz válaszadói a Tempus Közalapítvány (TKA) intézményén keresztül kapták meg az adatgyűjtéshez szükséges kérdőívet. A TKA-t 1996-ban a magyar kormány nonprofit szervezetként alapította az oktatással kapcsolatos nemzetközi együttműködési programok és képzések irányítására (TKA, 2021). A kérdőív linkjét a TKA rendszeres hírlevelével küldte ki magyar felsőoktatási intézményeknek, ennek megfelelően a kvantitatív minta Magyarországon tanuló külföldi hallgatókból állt. A kérdőív a Qualtrics platformon volt tárolva és 2021 májusában 463 választ rögzített. A szigorú adattisztítás után 37 válasz érvénytelenítésre került, mert a válaszadók jelezték, hogy értelmezési nehézségekbe ütköztek a kitöltés során vagy bizonyíthatóan túl gyorsan töltötték ki a kérdőívet és számottevő mennyiségű következtelen választ jelöltek meg. Összesen 426 érvényes válasz maradt a mintában, amely a 2021-ben Magyarországon tanuló több mint 30,000-es külföldi hallgatói létszámnak a töredéke (az Oktatási Hivatal 2020-as adatai szerint 2018-ban 33,358 külföldi hallgató tanult Magyarországon), ezért a kvantitatív kutatás eredményei nem általánosíthatók.

### 2.3.3. Kvantitatív adatelemzés (PLS)

A PLS (Partial Least Squares) képes komplex modellek magyarázatára, míg a CB-SEM gyengébb eredményeket nyújt amennyiben az indikátorok száma növekszik (Kemény, 2015), ezért a disszertációban tárgyalt sokváltozós modell a PLS-SEM segítségével került elemzésre. A PLS-SEM-et széles körben alkalmazták a marketing, a szolgáltatás kutatás, vagy a nemzetközi marketing területén (Hair et al, 2012), illetve számos kutató elemezte PLS-SEM-el a szolgáltatásminőséget, elégedettséget és lojalitást a felsőoktatásban (Firdaus 2006; Faizan et

al., 2016). Az adatgyűjtés és az adatok tisztítása után az adatok elemzése SmartPLS 3-mal történt (Ringle et al, 2015).

### 3. AZ ÉRTEKEZÉS TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEI

#### 3.1. Kvalitatív kutatási eredmények

A 40 mélyinterjú eredményei többnyire megerősítették a vizsgált változókat és az irodalmi elemzés alapján feltételezett összefüggéseket.

**A disszertáció első kutatási kérdése a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és elégedettség kapcsolatát vizsgálta, illetve az elégedettség és a lojalitás közötti összefüggést.**

A külföldön folytatott tanulmányok korábban tárgyalt öndeterminált motivációs skálája (Yang et al, 2017) az eredmények alapján megfeleltethető volt a külföldi hallgatók egyéni push és pull motivációival és az elégedettségi szintjükkel (2. Táblázat). Az országspecifikus és az élettapasztalat motivációs csoportot képviselő hallgatók leggyakrabban a belső motivációkhoz kapcsolódtak, amelyek az egyén legmagasabb szintű autonómiáját képviselik. Mivel ezekben a csoportokban a hallgatóknak személyes oka volt arra, hogy külföldön tanuljanak, Yang et al (2017) alapján várhatóan elégedettebbek lesznek a külföldi tanulmányaikkal, még akkor is, ha negatív tapasztalataik voltak a fogadó országgal vagy a fogadó intézménnyel.

**Table 2. Külföldi hallgatók motivációs csoportjai a mélyinterjúk alapján**

Yang et al (2017)	Empirikus kutatási eredmények		
Motivációs csoport	Motivációk az interjúk alapján (push és pull kategóriákkal egyező)	Motivációs párosítás	Elégedettség szintje
Amotivált Külső motiváció	Társadalmi nyomás: család, barátok, professzorok, egyetem, munkahely elvárásai	Karrierépítés, Költséghatékony oktatás	Magában alacsony, motivációs párral alacsony
Külső motiváció, Negatív introjektálás	Költséghatékony oktatás: alacsony tandíj, ösztöndíj lehetőség, félelem, hogy lemarad valamiről	Élettapasztalat, Országspecifikus	Magában alacsony, motivációs párral közepes
Pozitív introjektálás	Karrierépítés: önéletrajz bővítés, nemzetközi karrier építése	Országspecifikus	Magában alacsony, motivációs párral közepes

Pozitív introjektálás Identifikáció	Oktatás fókusz: minőségi oktatás, kedvező program feltételek, széles kurzus kínálat	Karrierépítés	Magában közepes, motivációs párral is közepes
Identifikáció Belső motiváció	Országspecifikus: helyi kultúra, utazás, történelmi és politikai különbségek, idegen nyelvek gyakorlása	Élettapasztalat	Magában magas, motivációs párral is magas
Belső motiváció, Pozitív introjektálás	Élettapasztalat: utazás, személyes kihívás, új barátok, függetlenség és szórakozás	Országspecifikus	Magában magas, motivációs párral is magas

**Forrás: saját kutatás, saját összeállítás**

**A dolgozat második és harmadik kutatási kérdése az akkulturáció és a kulturális sokk hatásait vizsgálta.** Az akkulturációs folyamatot illetően a nemzetközi hallgatók többsége saját kulturális eszköztárával közelítette meg az interkulturális nehézségeket, és gyakran nem voltak hajlandók hozzáigazítani magatartásukat a fogadó ország szociokulturális normáihoz. Az alacsony szintű szociokulturális alkalmazkodás (Wilson, 2013) gyakran a kulturális integráció hiányához vezetett (Berry, 1994). A várakozásoknak megfelelően, Bochner (1982) alapján úgy tűnt, hogy az elégedettséget befolyásolja a helyi és nemzetközi barátoktól kapott támogatás, valamint azon kezdeti áldozatok mértéke, amelyeket a hallgatóknak meg kellett hozniuk ahhoz, hogy külföldön tanulhassanak. Az alacsonyabb autonómia szintű öndeterminált motivációkkal rendelkező külföldi hallgatók általában kevesebb személyes kapcsolatot alakítottak ki a fogadó országban. A tapasztalt kulturális sokk bizonyos esetekben az enyhe és a súlyos sokk között mozgott, amely hatással volt a helyi kultúrához való alkalmazkodási hajlandóságra, összhangban Dentakos (2016) megállapításával.

**A negyedik kutatási kérdés az észlelt szolgáltatásminőség elégedettségre gyakorolt hatását vizsgálta.** Az akkulturáció befolyásolta a szolgáltatások minőségét, mivel a helyi kultúra megértésére és elfogadására törekvő hallgatók általában elégedettebbek voltak a kapott szolgáltatások minőségével, mind az akadémiai, mind a nem akadémiai szempontokat tekintve. A motiváció szintén fontos tényező a szolgáltatásminőség szempontjából, mivel a motivációs csoportok a megállapítások alapján közvetlen hatással voltak az észlelt szolgáltatásminőségre. Például a karrierépítésre vagy az oktatásra összpontosító külföldi hallgatók kritikusabban viszonyultak a felsőoktatási intézmények által nyújtott szolgáltatások minőségéhez.

Ugyanakkor amennyiben a külföldi tanulmányi motivációk magas autonómiát mutattak, például élettapasztalat szerzés vagy a fogadó ország megismerése volt a cél, akkor általában a hallgatók magasabbnak ítélték a szolgáltatásminőséget és elnézőbbek voltak az intézmény esetleges hiányosságaival szemben.

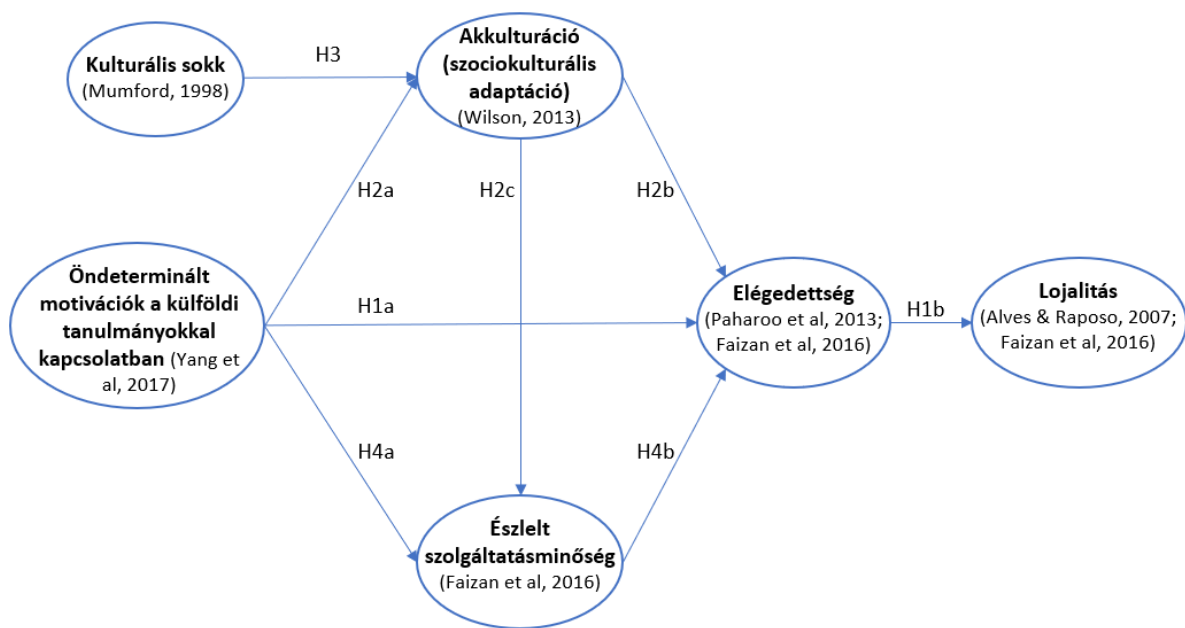
**Az ötödik kutatási kérdés a demográfiai, a személyes jellemzők és a személyiségjegyek szerepét vizsgálta.** A külföldi hallgatók egy része már tanult korábban külföldön, és láthatóan másodszorra vagy harmadszorra sokkal gyorsabban tudtak alkalmazkodni az új környezethez. Kiemelendő továbbá a felkészülés és a reális elvárások megfogalmazásának fontossága (Vangelis & Hill, 2019). A hallgatók válaszai alapján egyértelmű mintázat rajzolódott ki, azok a hallgatók, akik a fogadó ország kultúráját igyekeztek megismerni a tanulmányi program előtt, kisebb kulturális sokkot tapasztaltak és általában elégedettebbek voltak a külföldi tanulmányaikkal. Ami a személyiségjegyeket illeti (Nandi & Nicoletti, 2009), a társaságkedvelő és beszédesebb hallgatók a programjuk elején több barátot szereztek, és gyorsabban építettek ki egy támogató hálózatot, ami gyakran átsegítette őket a nehezebb időszakokon a külföldi tanulmányaik során.

### 3.2.Kvantitatív kutatási eredmények

A változók közötti közvetlen kapcsolatok szignifikáns eredményei alapján (3. Ábra):

- a tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk, az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) és az észlelt szolgáltatásminőség pozitívan hatottak az elégedettségre;
- az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) pozitív hatással volt az észlelt szolgáltatásminőségre;
- az elégedettség pozitívan befolyásolta a lojalitást, míg
- a kulturális sokk negatívan befolyásolta az akkulturációt (szociokulturális adaptációt).

**Figure 3. Szignifikáns utak és R<sup>2</sup> érték**



**Forrás: saját kutatás, saját összeállítás**

Az azonosított szignifikáns összefüggések alapján az összes kutatási hipotézis 95%-os szignifikancia szinten elfogadásra került, amelyet 3. Táblázat foglal össze.

**Table 3. Az kutatási hipotézisek összefoglaló eredménye**

H1a	Elfogadva	A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk pozitívan befolyásolják az elégedettséget
H1b	Elfogadva	Az elégedettség pozitívan befolyásolja a lojalitást
H2a	Elfogadva	A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk pozitívan befolyásolják az akkulturációt (szociokulturális adaptációt)
H2b	Elfogadva	Az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) pozitívan befolyásolja az elégedettséget
H2c	Elfogadva	Az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) pozitívan befolyásolja az észlelt szolgáltatásminőséget
H3	Elfogadva	A kulturális sokk negatívan befolyásolja az akkulturációt (szociokulturális adaptációt)
H4a	Elfogadva	A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk pozitívan befolyásolják az észlelt szolgáltatásminőséget
H4b	Elfogadva	Az észlelt szolgáltatásminőség pozitívan befolyásolja az elégedettséget

**Forrás: saját kutatás, saját összeállítás**

### 3.2.1. A változók legfontosabb tényezői (PLS)

**A külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk:** a skála alacsony autonómiájú motivációs része (amotiváció, külső, negatív introjektálás) eltávolításra került, mert a változót kevésbé magyarázták. A kvantitatív eredmények alapján a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációkat mérő változó magába foglalta a magasabb autonómiájú indikátorokat, mint például a belső motivációkat, az identifikációt és a pozitív introjektálást (Yang et al, 2017). Az önálló motivációk legfontosabb mutatói az öröm, a jelentőségteljes tapasztalat, a személyes érték, a kíváncsiság és az önbecsülés növelése voltak, amelyek mind az öndeterminált motivációs kontinuumának a magasabb autonómiájú részén vannak. Mivel a válaszadók többsége már több mint 3 éve tartózkodott Magyarországon, az eredményeket tekintve lehetséges, hogy a kezdeti (potenciálisan külső kontroll alatt álló) motivációikat nem tudták felidézni. Emellett a karantén során a nemzetközi hallgatóknak (és általában a lakosságnak) több ideje volt átgondolni a személyes céljaikat és prioritásaikat, így lehetséges, hogy a külföldi hallgatók is átértékelték a motivációikat 1-2 évvel ezelőtt.

**Kulturális sokk:** a kulturális sokk változó megtartotta a belső sokk alapelemeit és az interperszonális sokk elemeket is. Az eredmények alapján a legfontosabb kulturális sokk mutatók a skálában (Mumford, 1998) az új kultúrában betöltött szerep értelmezésének nehézsége vagy identitászavar, a helyi emberekkel való találkozáskor tapasztalt szorongás, a tehetetlenség és védtelenség érzése a kultúrában való érvényesülési kísérletek során és az új kultúrában tapasztalt sokkoló vagy undorító elemek voltak. Ezek az indikátorok összhangban vannak a mélyinterjúk során megismert külföldi hallgatók tapasztalataival, akik gyakran úgy érezték, hogy nem tudtak a mindennapi helyzetekben segítséget kérni a helyiektől (például vásárlás vagy tömegközlekedés), vagy hónapokig kellett aggódniuk, hogy mikor oldódnak meg az egyetem vagy a helyi intézmények miatt elhúzódó adminisztrációs problémáik.

**Akkulturáció (szociokulturális adaptáció):** Wilson (2013) skáláját alkalmazva a jelenlegi empirikus kutatás legfontosabb akkulturációs (szociokulturális adaptációs) mutatói között szerepelt az, hogy kulturálisan megfelelő módon fejezzék ki gondolataikat más hallgatók előtt, hatékonyan dolgozzanak más kultúrák hallgatóival, alkalmazkodjanak a helyi élet ritmusához, részt vegyenek a közösségi tevékenységekben és a kiépítsék vagy fenntartsák a személyes kapcsolataikat. Ezek a mutatók összhangban vannak a kvalitatív kutatási eredményeivel, amely alapján, a külföldi hallgatók gyakran vágytak arra, hogy kapcsolatokat építsenek a helyiekkel és más külföldi hallgatókkal, így a közös tevékenység vagy egy tanóra kötelező projektjén való közös munka fontos kulturális tapasztalat volt számukra.

**Észlelt szolgáltatásminőség:** az empirikus eredmények alapján a mért indikátorok nagy mértékben hozzájárultak a változóhoz, megtartva az összes kulcsfontosságú elemet: az akadémiai szempontokat, a nem akadémiai szempontokat, a hozzáférést, a program ügyeket és az intézmény hírnevét is, ezzel megerősítve a Faizan et al (2016) által használt szolgáltatásminőség skálát. A legfontosabb észlelt szolgáltatásminőség mutatók között megtalálható volt a tanárok szakmai tudása, a tanárok és az adminisztratív személyzet elérhetősége, a tanárok által ellátott dokumentációs feladatok elvégzése, a tanulmányi program hírneve és a program általános szolgáltatásminősége. Az eredmények összhangban vannak a korábbi kutatások eredményeivel (Fernandes et al, 2013; Suleyman, 2014; Arrivabene, 2019) és a kvalitatív empirikus kutatási eredményekkel is.

**Elégedettség:** a legfontosabb elégedettségi mutatók között szerepelt a program során szerzett tapasztalatok élvezhetősége (Faizan et al, 2016), a fogadó intézmény által nyújtott szolgáltatások és a fogadó országban megtapasztalt életvitel is (Paharoo et al, 2013).

**Lojalitás:** a legfontosabb lojalitást jelző indikátor a fogadó intézményben való tanulás miatt érzett büszkeség volt (Alves & Raposo, 2007), amelyet követett a szándék, hogy barátoknak és a családnak ajánlják az intézményt, vagy hogy a jövőben szintén ezt az intézményt választanák egy másik program esetén (Faizan et al, 2016). Az empirikus eredmények azt is megerősítették, hogy a lojalitás az elégedettség következménye (Fernandes et al, 2013; Helgesen & Nettet, 2007; Faizan et al, 2016; Arrivabene et al, 2019), és hogy a lojalitás egy változóként is mérhető, amelybe beletartozik a szájreklám (Faizan et al, 2016).

### 3.2.2. A motiváció, elégedettség és lojalitás kapcsolata

**Kutatási kérdés 1: melyek a legfontosabb külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és van-e közvetlen kapcsolatuk az elégedettséggel? Az elégedettség hatással van-e a külföldi hallgatók lojalítására?**

A PLS útelemzés alapján gyenge, de szignifikáns közvetlen kapcsolat van a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk és az elégedettség között, illetve erős és szignifikáns közvetlen kapcsolat van az elégedettség és lojalitás között.

### 3.2.3. Az akkulturáció mediáló hatása

**Kutatási kérdés 2: a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és az elégedettség direkt kapcsolatában van-e mediáló szerepe az akkulturációnak?**

A PLS elemzés alapján az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) gyenge részleges mediáló hatással bír a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk és az elégedettség kapcsolatára. A mediáló hatás részleges, mert a változók közvetlen kapcsolata is szignifikánsak voltak. Ugyanakkor az akkulturáció mérsékelten erős részleges mediáló változó volt a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk és az észlelt szolgáltatásminőség között. A kimutatott részleges mediáló hatások alapján elmondható, hogy a fogadó ország kultúrájához való alkalmazkodásnak kiemelkedő szerepe van a külföldi hallgatók elégedettségében.

#### 3.2.4. A kulturális sokk hatása az akkulturációra

**Kutatási kérdés 3: melyek a legfontosabb kulturális sokk tényezők a külföldi hallgatók számára, és a kulturális sokk befolyásolja-e az akkulturációt?**

Az útelemzés megerősítette, hogy közepesen erős negatív kapcsolat van a kulturális sokk és az akkulturáció között, vagyis a magasabb szintű kulturális sokk alacsonyabb szintű akkulturációt (szociokulturális adaptációt) eredményezett.

#### 3.2.5. Az észlelt szolgáltatásminőség mediáló hatása

**Kutatási kérdés 4: a külföldi tanulmányokhoz kapcsolódó öndeterminált motivációk és az elégedettség direkt kapcsolatában van-e mediáló szerepe a szolgáltatásminőségnek?**

A PLS útelemzés kimutatta, hogy az észlelt szolgáltatásminőség részlegesen mediálja a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk és az elégedettség kapcsolatát. Ez a megállapítás megerősíti az intézmények által nyújtott szolgáltatások fontosságát, és azt is, hogy az észlelt szolgáltatásminőség javítható a nemzetközi hallgatók motivációinak azonosításával és támogatásával.

#### 3.2.6. Moderáló tényezők

**Kutatási kérdés 5: A külföldi hallgatók demográfiai adatai, személyes jellemzői és személyiségjegyei befolyásolják-e az elégedettséget?**

A PLS útelemzés számos olyan demográfiai tényezőt és személyes jellemzőt azonosított, amelyek hatással voltak a nemzetközi hallgatók elégedettségére, ugyanakkor a személyiségnek nem volt szignifikáns hatása. Megerősítve Vangelis & Hill (2019) megállapításait, azok a nemzetközi hallgatók, akik jobban felkészültek a külföldi tanítási stílus különbségeire, nagyobb

eséllyel jutottak el az akkulturáció magasabb szintjére. Azok a hallgatók, akik napi szinten tartották a kapcsolatot barátaikkal és családjukkal, szintén magasabb szintű akkulturációt értek el, ami látszólag ellentmond a jelenlegi elméleteknek (Berry, 1994), de elképzelhető, hogy ez egy átmeneti hatása a pandémiának. Abban az esetben, ha a külföldi hallgatóknak jelentős áldozatokat kellett hozniuk, hogy külföldön tanulhassanak (Vangelis & Hill, 2019), kevésbé voltak lojálisak a fogadó intézményhez, azaz kisebb eséllyel ajánlották másoknak az intézményt, vagy fontolták meg hogy később ott folytassák a tanulmányaikat. A nemzetközi hallgatók elégedettségét negatívan moderálta a hallgatók korosztálya (az idősebbek kevésbé voltak elégedettek), és pozitívan moderálta a hallgatók tanulmányi teljesítménye, megerősítve Brokaw et al (2004) eredményeit. Az olyan kontrollváltozók, mint a nem, az anyagi helyzet, a fogadó ország választása, a korábbi kulturális tapasztalatok, a program szintje, a fogadó város, a program hossza, a program kezdete (a COVID-19 előtt vagy alatt), a külföldön töltött idő és a fő tanulmányi terület nem moderálták a vizsgált kapcsolatokat.

### 3.3.Összefoglalás

Az irodalmi áttekintés alapján erős kapcsolatra lehetett számítani az észlelt szolgáltatásminőség, az elégedettség és a lojalitás között, valamint a kulturális sokk és az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) között. A külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk, a kulturális sokk és az akkulturáció korábban kevésbé volt vizsgálva a nemzetközi felsőoktatás kontextusában, ezért a disszertáció fontos eredménye, hogy mindegyik pszichológiai változó szignifikáns kapcsolatban áll az észlelt szolgáltatásminőséggel és az elégedettséggel. Az összesített eredmények megválaszolták a fő kutatási kérdést is: a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk fontos kiindulópontot jelentenek, az akkulturáció (szociokulturális adaptáció) kulcsfontosságú változó a fogadó országgal kapcsolatos tényezők vizsgálata során, valamint az észlelt szolgáltatásminőség kiemelkedő szereppel bír a fogadó intézmény szolgáltatásainak értékelésénél, és mindkettőnek jelentős hatása van az elégedettségre, ami befolyásolja a külföldi hallgatók lojalitását a felsőoktatásban.

### 3.4. Elméleti és gyakorlati hozzájárulás

A dolgozat elméleti jelentősége három elemből áll. A disszertáció szintetizálta a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos motivációkat, a kulturális sokk, akkulturáció, szolgáltatásminőség, elégedettség és a lojalitás témaköreit a nemzetközi felsőoktatásban. A disszertáció legfontosabb elméleti hozzájárulása, hogy a fenti változók között szignifikáns összefüggéseket talált egyetlen elméleti keretben, holisztikus képet adva a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos elégedettségről és a külföldi hallgatók élményeiről.

Másodszor, a dolgozat kibővítette a jelenlegi elméleti keretet. A disszertáció leginnovatívabb eredményei között szerepelnek a változók között megállapított kapcsolatok. Szignifikáns kapcsolat van a külföldi tanulmányokkal kapcsolatos öndeterminált motivációk, az elégedettség, az akkulturáció, és a szolgáltatásminőség között, továbbá szignifikáns út van az akkulturáció, az észlelt szolgáltatásminőség és elégedettség között is. Ez az első olyan tanulmány, amely ezeket a változókat egyetlen elméleti keretben kapcsolja össze, és holisztikus képet nyújt a külföldi tanulmányi programokkal való elégedettségről és a hallgatók élményeiről, figyelembe véve a fogadó ország kulturális tényezőit, a fogadó intézmény tényezőit és az egyéni szintű tényezőket is. Végül az elméleti keretrendszer új megállapításai mellett a dolgozat tesztelte Mumford (1998) kulturális sokk skáláját, Wilson (2013) akkulturációs (szociokulturális adaptációs) skáláját, Yang et al (2017) által alkalmazott öndeterminált motiváció skáláját, továbbá Faizan et al (2016) észlelt szolgáltatásminőség skáláját és Nandi és Nicoletti (2009) rövidített Big Five személyiségjegyeinek skáláját a felsőoktatás kontextusában.

A disszertáció gyakorlati hozzájárulása az a holisztikus elméleti keret, amely a felsőoktatási intézményeket támogathatja nemzetközi programok megtervezésében. A modellelemek a jelenlegi állapotban vagy a helyi igényeknek megfelelően módosítva használhatóak, a külföldi hallgatók motivációjáról és egyéni tényezőiről nyújthatnak több információt a felsőoktatási intézménynek, ideális esetben még a fogadó intézménybe történő felvétel előtt. Az eredmények gyakorlati betekintést nyújtanak a felsőoktatásban dolgozó oktatóknak, a nemzetközi irodák koordinátorainak és tanácsadóinak is. A nemzetközi koordinátoroknak és a nemzetközi hallgatókat oktató tanároknak rendelkezniük kell a szükséges kulturális kompetenciával, nyitottsággal és hajlandósággal a különböző kultúrák megismerésére és a különbségek elfogadására, így a nemzetközi hallgatók számára is jelentősegteljes tapasztalat keletkezik, és az egyetemi munkatársak is bővíthetik az interkulturális ismereteiket. Az intézményeknek meg kell találniuk a módját annak, hogy a külföldi hallgatókat bevonják és stimulálják, növeljék az

észlelt szolgáltatásminőséget, és megfelelő szakmai támogatást nyújtsanak a szociokulturális alkalmazkodás terén (többek között példamutatással). Az intézmények szorosabb együttműködést folytathatnának a felsőoktatási intézmény külföldi hallgatói szervezeteivel és külső tanácsadóival is, valamint fogadó családokat is kijelölhetnének a külföldi hallgatók számára, így növelve a fogadó kultúra és a külföldi hallgatók közötti interakció lehetőségét.

A felsőoktatási intézményeknek szem előtt kell tartaniuk, hogy a lojális hallgatók a legfontosabb támogatóik az új nemzetközi hallgatók toborzásakor. Az eredmények alapján a felsőoktatási intézmények mérni tudják a külföldi hallgatók motivációit, a kulturális sokkot, az akkulturációt és a hallgatók által érzékelt szolgáltatásminőséget annak érdekében, hogy megértsék, miként támogathatják a hallgatók belső motivációit és akkulturációs folyamatát. Ezáltal a hallgatók magasabb szintű szolgáltatásminőséget és elégedettséget fognak tapasztalni, amely révén egy lojális nemzetközi hallgatói tábor jön létre, amely tagjai örömmel terjesztenek pozitív szájreklámot a felsőoktatási intézményről.

### 3.5.Limitációk és új kutatási irányok

Annak ellenére, hogy a PLS út modellezése bizonyítékot szolgáltatott az összes vizsgált változó létezésére és azok összefüggésére, a minta nagysága (426 érvényes válasz) nem reprezentálja a magyarországi külföldi hallgatók teljes népességét, ezért az eredmények nem általánosíthatók. Mindazonáltal a dolgozat eredményei megerősítették a vizsgált változókat és új elméleti összefüggéseket tártak fel, amelyeket korábban nem vizsgáltak a felsőoktatás összefüggésében, így új utat nyithat a területet kutatók előtt.

A mintát tekintve a kvantitatív adatgyűjtést a COVID-19 járvány befolyásolta, mivel a minta olyan külföldi hallgatókból állt, akik legalább egy évet karanténban éltek a magyarországi tanulmányaik során. Érdeemes lenne ugyanezt a modellt egy olyan időszakban tesztelni, amikor személyes oktatás folyik, vagy új skálákat lehetne kifejleszteni, amelyek teljes mértékben alkalmazkodnak a virtuális oktatási környezethez.

A vizsgálat másik korlátja, hogy a mintában a hallgatók többsége már három évet töltött Magyarországon, ami alacsonyabb pontosságot eredményezhetett a kezdeti külföldi tanulmányok motivációinak és kulturális tapasztalatainak felidézésénél. Szintén érdemes lenne egy olyan külföldi hallgatói minta eredményét megvizsgálni, ahol a hallgatók még csak néhány hónapot töltöttek el a fogadó országban. Ezenkívül a kvantitatív kutatásban az európai hallgatók aránya 14,6% volt, az észak-amerikai országokból pedig a hallgatók 1,6%-a érkezett, így érdekes lenne összehasonlítani az eredményeket egy olyan mintával, ahol az európai vagy

észak-amerikai külföldi hallgatók vannak többségben. Egy nagyobb mintagyűjtés esetén a küldő ország kulturális különbségeit is lehetne vizsgálni, amelyből később a kultúrára jellemző skálákat lehetne kidolgozni. A válaszadók többsége ösztöndíjat (94,8%) kapott a magyar kormánytól, így azt is tovább lehet vizsgálni, hogy a moderáló kapcsolatok fennállnak-e a tanulmányi ösztöndíj nélküli hallgatók esetében is. A fogadó intézményeket a jelenlegi kutatás nem vizsgálta, így egy jövőbeni nagyobb mintás adatgyűjtés az egyes egyetemekről a fogadó intézmény és a fogadó város specifikus mutatóit is meg tudná határozni.

#### 4. FŐBB HIVATKOZÁSOK

1. Ahmad, S. Z. & Buchanan R. F., (2017): Motivation factors in students' decision to study at international branch campuses in Malaysia. *Studies in Higher Education*, 42 (4) 651-668.
2. Alves, H. & Raposo, M. (2007): Conceptual Model of Student Satisfaction in Higher Education. *Total Quality Management*, 18, 571-588. Available from: 10.1080/14783360601074315.
3. Arrivabene S., Paulo R. & Cecília L. (2019) Impact of Service Quality, Satisfaction and Corporate Image on Loyalty: A Study of a Publicly Traded for Profit University, *Services Marketing Quarterly*, 40 (3), 189-205. <https://doi.org/10.1080/15332969.2019.1630174>
4. Berg, B.L. & Lune, H. (2012): Qualitative research methods for the social sciences. Pearson Education Inc. New Jersey.
5. Berry, J.W. (1994) Acculturation and psychological adaptation. In *Journeys into cross-cultural psychology*, ed. A.-M. Bouvy, F.J.R. van de Vijver, P. Boski & P. Schmitz, 129–41. Lisse: Swets and Zeitlinger.
6. Bochner, S. (1982) The social psychology of cross-cultural relations. In *Cultures in contact: Studies in cross-cultural interaction*. ed. S. Bochner, 5–44. Oxford: Pergamon.
7. Borzooei, M. & Asgari, M. (2014): Effects of service quality and price on satisfaction and the consequent learning outcomes of international students. *International Journal of Information, Business and Management*, 6, 132-145.
8. Brokaw, A.J., Kennedy, W.A. & Merz, T.E. (2004) Explaining student satisfaction. *Journal of Business Education*, 5 (1), 10-20.
9. Chaney, L.H. & Martin, J.S. (2011) *Intercultural Business Communication*. 5th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
10. Cronin, J. Joseph. & Steven. A. Taylor (1992) Measuring service quality: re-examination and extension. *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.
11. Dentakos S., Wintre M., Chavoshi S. and Wright L. (2016): Acculturation Motivation in International Student Adjustment and Permanent Residency Intentions: A Mixed-Methods Approach. *Emerging Adulthood*, 5.
12. Faizan A., Zhou Y., Kashif H., Nair K. & Neethiahnanthan A. R. (2016): Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty? A study of international students in Malaysian public universities. *Quality Assurance in Education* 24 (1), 70-94, <https://doi.org/10.1108/QAE-02-2014-0008>

13. Fernandes, C., Ross, K. & Meraj, M. (2013) Understanding student satisfaction and loyalty in the UAE HE sector. *International Journal of Educational Management*, 27 (6), 613-630. Available from: <https://doi.org/10.1108/IJEM-07-2012-0082>
14. Firdaus A. (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. Available from: DOI: 10.1111/j.1470-6431.2005.00480.x
15. Fredericksen, E., Pickett, A., Pelz, W., Shea, P. & Swan, K. (2000) Student satisfaction and perceived learning with online courses: principles and examples from the SUNY Learning Network. *Journal of Asynchronous Learning Network*, 14 (2)
16. Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M. & Mena, J. A. (2012): An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 40, 3, 414–433.
17. Helgesen, Ø. & Nesset, E. (2007) What accounts for students' loyalty? Some field study evidence. *International Journal of Educational Management*, 21 (2), 126-143.
18. Hidasi, J. (2004) *Interkulturális kommunikáció*. Budapest: Scholar
19. IIE, International Institute of Education's Project Atlas (2017) <https://www.iie.org/research-and-insights/Project-Atlas>, Downloaded: 2020.09.10.
20. Kemény, I. (2015): Competition is just a click away. Repurchasing and Word of Mouth Intention in the Different E-Commerce Categories. Doktori (PhD) értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola. DOI 10.14267/phd.2015030
21. Leutwyler B. & Meierhans C. (2013) Exchange Students in Teacher Education. Empirical Evidence on Characteristics and Motive. *Educational Research* 4 (1), 1-11.
22. Malota E. (2013) *Kulturális sokk és adaptáció*. In Malota Erzsébet & Mitev Ariel (2013) *Kultúrák találkozása*. Budapest, Alinea kiadó.
23. Mazzarol T. (1998) Critical success factors for international education marketing. *International Journal of Educational Management*, 12 (4), 163-175.
24. Mazzarol, T. & Soutar, G.N. (2002) "Push-pull" factors influencing international student destination choice. *International Journal of Educational Management*, 16 (2), 82-90. Available from: <https://doi.org/10.1108/09513540210418403>
25. McMahon, M. (1992) Higher Education in a World Market: An Historical Look at the Global Context of International Study. *Higher Education* 24 (4): 465–82.
26. Mumford, D. B. (1998). The measurement of culture shock. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 33(4), 149-154.
27. Nandi, A. and Nicoletti, C. (2009): Explaining Personality Pay Gaps in the UK. *Institute for Social and Economic Research*, ISER working papers. 46. 10.1080/00036846.2014.922670.
28. Oberg, K. (1960) *Culture shock, Adjustments to new cultural environments*. Practical Anthropology 7 ed.
29. OECD (2017) Nemzetközi diákok száma. <http://monitor.icef.com/2017/09/oecd-charts-slowng-international-mobility-growth/>, Downloaded: 2019.05.11.
30. Oktatási Hivatal (2020) A Magyarországon tanuló külföldi és magyar hallgatók száma állampolgárságuk szerint 2008 és 2018 között.

[https://www.oktatas.hu/felsooktatas/kozerdeku\\_adatok/felsooktatasi\\_adatok\\_kozzetetele/felsooktatasi\\_statistikak](https://www.oktatas.hu/felsooktatas/kozerdeku_adatok/felsooktatasi_adatok_kozzetetele/felsooktatasi_statistikak), Downloaded: 2020.09.15.

31. Oliver, R. L. (1997) *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill, New York, NY.
32. Parahoo K. S., Harvey H. L. & Tamim R. M. (2013) Factors influencing student satisfaction in universities in the Gulf region: does gender of students matter? *Journal of Marketing for Higher Education*, 23 (2), 135-154. Available from: doi: 10.1080/08841241.2013.860940
33. Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. (2015): SmartPLS 3. Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
34. Searle, W. and Ward, C. (1990): The prediction of psychological and sociocultural adjustment during cross-cultural transitions. *International Journal of Intercultural Relations*, 14, 449-464.
35. Tashakkori, A. & Teddlie, C. (ed.) (2003): *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. SAGE, Thousand Oaks, pp. 3-50.
36. TKA (2021): Tempus Public Foundation, <https://tka.hu/37/about-us>, Downloaded at 2021.05.21.
37. UNESCO (2020): <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>, Downloaded: 2021.02.27.
38. Vangelis T. & Hill C. (2019): A prospective model for aligning educational quality and student experience in international higher education, *Studies in Higher Education*, Available from: doi.org/10.1080/03075079.2019.1628203
39. Venkatesh, V., Brown, S.A., Bala, H. (2013): Bridging the qualitative-quantitative divide: Guidelines for conducting mixed method research in information systems. *MIS Quarterly*, 37 (1), 21-54.
40. Ward, C., & Kennedy, A. (1999): The measurement of sociocultural adaptation. *International Journal of Intercultural Relations*, 23, 659-677. Available from: doi:10.1016/S0147-1767(99)00014-0
41. Wilson, J. (2013). Exploring the past, present and future of cultural competency research: The revision and expansion of the sociocultural adaptation construct. Unpublished doctoral dissertation. Victoria University of Wellington
42. Yang Y., Zhang Y. and Sheldon M. K. (2017): Self-determined motivation for studying abroad predicts lower culture shock and greater well-being among international students: The mediating role of basic psychological needs satisfaction. *International Journal of Intercultural Relations*, 63, 95-104. Available from: doi.org/10.1016/j.ijintrel.2017.10.005
43. Zebal, M. & Goodwin, D. (2012) Market orientation and performance in private universities. *Marketing Intelligence & Planning*, 30, 339-357. Available from: doi: 10.1108/02634501211226302.
44. Zhou Y., Jindal D., Keith T.S. & Todman J. (2008) Theoretical models of culture shock and adaptation in international students in higher education. *Studies in Higher Education*, 33 (1), 63-75.

## 5. PUBLIKÁCIÓS JEGYZÉK

### Folyóirat cikkek:

#### Magyar nyelvű:

1. Mucsi A., Malota E. and Török A. (2020): Kulturális sokk és pozitív szájreklám – a felsőoktatásban tanuló külföldi hallgatók körében. *Vezetéstudomány*, 51(2), 23-31.
2. Mucsi A., Malota E. and Török A. (2020): A külföldi tanulási motivációk és a felsőoktatással való elégedettség összefüggései. *EDUCATIO*, 29(1), 116-124.
3. Bifkovics B., Malota E., Mucsi A. (2020): A külföldi cserehallgatók egyetemi támogatásának lehetőségei az oktatásturizmus és a nemzetköziesedés tükrében. *Turizmus Bulletin*, 20(1), 35-43.
4. Mucsi A. (2021): Külföldi hallgatók paradicsoma: az akadémiai szolgáltatás-minőség és az akkulturáció szerepe a magyar oktatásturizmusban. *Turizmus Bulletin*, 21(4), xx-xx.
5. Malota E. and Mucsi A. (2019): Sok(k) meglepetés Magyarországon: Kultúrsokk és országimázs magyar és külföldi hallgatók szemével. *JEL-KÉP: Kommunikáció Közvélemény Média*, 8(1) 53-62.

### Előadás és/vagy konferenciakiadványban megjelenő írás:

#### Magyar nyelvű:

6. Mucsi A., Malota E. and Török A. (2019): Külföldi hallgatók motivációi és elégedettség a külföldi tanulmányi programmal. In: Veres, Zoltán; Sasné, Grósz Annamária; Liska, Fanny (ed.) Ismerjük a vevőt? A vásárlás pszichológiája: Az Egyesület a Marketingoktatásért és Kutatásért XXV. Országos konferenciájának előadásai Veszprém, Magyarország: Pannon Egyetem, 12. ISBN: 9786150058603
7. Mucsi A., Malota E. and Török A. (2019): Kulturális sokk és pozitív szájreklám a felsőoktatásban tanuló külföldi hallgatók körében In: Veres, Zoltán; Sasné, Grósz Annamária; Liska, Fanny (ed.) Ismerjük a vevőt? A vásárlás pszichológiája: Az Egyesület a Marketingoktatásért és Kutatásért XXV. Országos konferenciájának előadásai Veszprém, Magyarország: Pannon Egyetem, 10. ISBN: 9786150058603

#### Angol nyelvű

8. Mucsi A., Malota E. and Török A. (2019): International Student Motivations and Satisfaction With the Study Abroad Program. In: L., Gómez Chova; A., López Martínez; I., Candel Torres (ed.) EDULEARN19 Proceedings Palma de Mallorca, Spain: IATED Academy, 3175-3179. ISBN: 9788409120314
9. Mucsi A., Malota E. and Török A. (2019): Culture Shock and Subsequent Word of Mouth in Higher Education. In: L., Gómez Chova; A., López Martínez; I., Candel Torres (ed.) EDULEARN19 Proceedings Palma de Mallorca, Spanyolország: IATED Academy, 3180-3184. ISBN: 9788409120314