

**Pécsi Tudományegyetem  
Közgazdaságtudományi Kar  
Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola**

**Az alumni szolgáltatások szerepe a hazai egyetemek működésében**

*Doktori értekezés tézisei*

**Készítette: Duga Zsófia**

**Témavezető: dr. Törőcsik Mária**

**egyetemi tanár**

**Pécs, 2015**



## Tartalomjegyzék

1. Témamegjelölés: A témaválasztás indoklása és a kutatás jelentősége.....	4
2. A dolgozat célja, felépítése .....	5
3. A kutatás módszertana.....	7
4. Kutatási kérdések, hipotézisek .....	10
5. Az értekezés tudományos eredményei .....	11
6. További kutatási irányok.....	34
7. A téziszüzetben felhasznált irodalom .....	35
8. Publikációs jegyzék .....	37

## **Absztrakt**

**Cím: Az alumni szolgáltatások szerepe a hazai egyetemek működésében**

**Készítette: Duga Zsófia**

**Témavezető: Dr. Törőcsik Mária, egyetemi tanár**

**Tárgyszavak: hallgatói szolgáltatások, alumni tevékenység, intézményi stratégia, intézményi identitás, versenyképesség,**

A doktori értekezés a hazai felsőoktatási intézmények alumni tevékenységét, az általuk nyújtott alumni szolgáltatások rendszerének kérdéskörét vizsgálja. A vizsgálat célja annak feltérképezése, hogy a sikeresen működtetett intézményi alumni rendszerek, az általuk biztosított széleskörű szolgáltatások rendszere hozzájárulhat-e a hazánkban a felsőoktatási intézmények versenyképességének javításához.

A dolgozat bemutatja azon primer és szekunder kutatásokat, amelyek révén a hazai és nemzetközi felsőoktatási intézmények által nyújtott hallgatói szolgáltatások – azon belül az alumni szolgáltatások rendszerét, azok jellemzőit, sajátosságait, a felsőoktatási intézmények működésében betöltött szerepét vizsgáljuk.

JEL kód: I21, M21, M31,

# **1. Témamegjelölés: A témaválasztás indoklása és a kutatás jelentősége**

Az elmúlt néhány évtizedben erőteljes változások mentek végbe a felsőoktatási piacon, amely napjaink információs társadalmának egyik meghatározó és kétségkívül leginkább dinamikus növekvő ágazatává vált. Mára az egyetemek hatékony működésének alapfeltétele, hogy a megváltozott, és folyamatosan változó piaci igényekhez rugalmasan tudjanak alkalmazkodni. A felsőoktatási intézmények hosszú távon nem lesznek képesek sikeresen működni a globális felsőoktatási piacon vállalkozói-, szolgáltatói-, marketing szemléletű gondolkodásmód és cselekvés nélkül. A megváltozott igényekhez való sikeres alkalmazkodás azonban szükségessé tesz egyfajta szemléletváltást a felsőoktatási intézmények vezetői, munkatársai részéről is, valamint megköveteli új módszerek, eszközök alkalmazását a felsőoktatás rendszerében (Szolár, 2009). A 21. században, egy egyetem versenyképességét, az oktatás minősége, a kutatások széles köre mellett az intézmény által nyújtott kapcsolt szolgáltatások sokszínűsége, minősége is erőteljesen befolyásolja.

Disszertációm célja, hogy bemutassa a felsőoktatási intézmények által nyújtott kapcsolt szolgáltatások szerepét, fontosságát, rávilágítva arra a feltételezésre, mely szerint a felsőoktatási intézmények versenyképességének egyik meghatározó, kulcsfontosságú tényezője az intézmény által nyújtott kapcsolt szolgáltatások sokszínűsége és minősége. A disszertáció terjedelmi keretei nem teszik lehetővé, hogy a teljes hallgatói életpályát végigkísérve elemezzük a szolgáltatások rendszerét, ezért le kellett szűkítenünk a témát. Vizsgálatunk középpontjában a felsőoktatási intézmények által nyújtott szolgáltatások egy szegmensét, az alumni

szolgáltatások jellegét, az intézményi működésben betöltött szerepét vizsgáljuk nemzetközi kontextusba ágyazva.

## **2. A dolgozat célja, felépítése**

Az értekezés alapvető célja, a hazai felsőoktatási intézmények által végzett alumni tevékenységek vizsgálata, az erős és kritikus pontok feltárása mellett a fejlődés lehetséges irányainak a felvázolása, figyelembe véve a hazai felsőoktatási piac sajátosságait, valamint a nemzetközi trendeket.

A felsőoktatás rendszerében napjainkban végbemenő változások révén előtérbe került a felsőoktatási intézmények vállalkozó, szolgáltató jellege. A szolgáltatások körében kiemelt figyelem irányul a hallgatói, végzett hallgatói szolgáltatások rendszerére. A felmerülő hallgatói, végzett hallgatói igények hatékony kielégítéséhez alapvető elvárás, hogy megfelelő figyelmet szenteljünk a teljes hallgatói életív során a hallgatói célcsoportok magatartásának, igényeinek feltérképezésére, megértésére. Az intézményeknek ismerniük kell, hogyan tudják fenntartani a hallgatók érdeklődését a hallgatói életív különböző ciklusában, s hogyan tudják kielégíteni új típusú szükségleteiket, igényeiket, s ehhez milyen jellegű tevékenység végezésére van szükség, s a végzett tevékenység hatékonysága hogyan fejleszthető.

Vizsgálataink során azonban nem szabad figyelmen kívül hagynunk azt a tényt, mely szerint a hazai felsőoktatási intézményeknek egyaránt meg kell felelniük a regionális elhelyezkedésükből, szerepkörükből adódó elvárásoknak, a mellett, hogy nemzetközi szinten tevékenykednek.

A dolgozat tíz fejezetben foglalja össze a vizsgált főbb kérdéseket és kutatásokat, melyek a hazai alumni rendszerek és alumni szolgáltatások működésének elméleti és gyakorlati vonatkozásait érintik, nemzetközi

kontextusba helyezve. Az első fejezetben a dolgozat szerkezeti és módszertani bemutatása történik, melyet követően a második és harmadik fejezetben elemezzük a felsőoktatás helyzetét, az új tudásalapú gazdaság kihívásai közepette. Kiemelten foglalkozunk a hazai felsőoktatás intézményrendszerével, nemzetközi és regionális szerepkörével, finanszírozási rendszerének sajátosságaival, a felsőoktatási környezet változásaival, az intézményekre váró új kihívásokkal, a felsőoktatási verseny sajátosságaival. A negyedik fejezet áttekintést ad a hallgatói szolgáltatások fejlődéstörténetéről, nemzetközi és hazai rendszeréről, a hallgatói életív modell jelentőségéről. A dolgozat központi témájának bevezetéseként bemutatjuk az alumni mozgalmak fejlődéstörténetét, a nemzetközi gyakorlatot honlap – elemzés, valamint a külföldi szakmai ösztöndíjak során tapasztalt intézményi gyakorlatok figyelembevételével. Az ötödik fejezetben összefoglaljuk a felsőoktatási környezet változásait, a felsőoktatási piac jellemzőit, megválaszolva a kutatási kérdéseinket és kijelölve a további kutatási irányokat. A hatodik fejezetben kerülnek megfogalmazásra a hipotéziseink, valamint bemutatjuk a kutatási modellre épülő alkalmazott kutatási módszereinket. A dolgozat hetedik és nyolcadik fejezete a disszertáció központi témájáról, a felsőoktatási marketing intézményi szerepéről, valamint a hallgatói szolgáltatások egyik kiemelt területéről a hazai intézmények által végzett alumni tevékenység sajátosságairól szól. A kilencedik fejezetben a kutatások eredményeire alapozva sor kerül a fontosabb eredmények összegzésére, a hipotézisek verifikálására, valamint kísérletet teszünk a hazai sajátosságokat figyelembe vevő alumni rendszermodell kidolgozására és bemutatjuk az új, javasolt kutatási irányokat.

### 3. A kutatás módszertana

A dolgozat elkészítése során primer és szekunder kutatási módszereket alkalmaztunk.

A szekunder kutatás során a felsőoktatási piac feltérképezésére, az új trendek azonosítására, a nemzetközi és hazai felsőoktatási intézmények működési kereteinek vizsgálatára, a hallgatói szolgáltatások rendszerének fejlődésére, az alumni rendszerek kialakulási körülményeinek megismerésére, valamint az angolszász (angol, amerikai) és európai alumni modell sajátosságainak vizsgálatára koncentrálna a rendelkezésre álló ismeretek összegyűjtésére, szintetizálására törekedtünk. Kezdeti lépésként a téma feldolgozását elősegítő elméleti háttér felkutatását végeztük, mely magában foglalja a szakirodalom (hazai és nemzetközi szakkönyvek, felsőoktatással foglalkozó folyóiratok, kiadványok, szócikkek) tanulmányozását, a statisztikai források (Központi Statisztikai Hivatal, Országos Felsőoktatási Információs Iroda, Oktatási Hivatal, Opendoors, Eurostat, Diplomás Pályakövetési vizsgálatok) elemzését. A szekunder kutatási forrásokat kiegészítettük a hazai és nemzetközi konferenciák, kiállítások látogatása során összegyűjtött benyomásainkkal, s ezen alkalmak során folytatott személyes megbeszélések tapasztalataival. A kutatómunka teljes időtartama alatt kiemelkedően fontos forrást jelentett számunkra az internet. Esetünkben a kutatási téma sajátosságának mondható, hogy a gyakorlat előrébb tart, mint az elméleti összefoglalás.

A dolgozatban bemutatásra került kutatási témák legtöbbet hivatkozott szerzői a következők: Barakonyi K., Berács J., Deés Sz., Dinya L., Hatos P., Hrubos I., Kuráth G., Piskóti I., Rechnitzer J., Rédei M., Tamándl L., valamint Clark, B.R., Goddard, J., Wilkinson, R.D., Wissema J.G.



A primer kutatásaink során kvantitatív és kvalitatív kutatásokat végeztünk, melyek az alábbi tevékenységekből épülnek fel:

- Egységes szempontrendszer alapján elemzésre kerültek az intézményi honlapok, azok alumni tartalmú menüpontjai, önálló oldalai. A kutatás során a hazánkban akkreditált 66 felsőoktatási intézmény esetében - állami (29), magán, alapítványi (12), egyházi (26) finanszírozású intézmény - teljes körű vizsgálatot végeztünk. A külföldi intézmények számosságára való tekintettel az Európai Unió tagországainak, valamint az Egyesült Államok intézményeinek - számukat az országok földrajzi méretével arányosan határoztuk meg - vizsgálatát végeztük el
- Online kérdőíves megkérdezést végeztünk a hazai felsőoktatási intézmények alumni koordinátorai körében 2014 májusában. Az online kérdőív 65 fő számára került kiküldésre, melyből 21 esetben érkezett be értékelhető módon kitöltött kérdőív.
- Online kérdőíves megkérdezést végeztünk a Pécsi Tudományegyetem hallgatói körében a Diplomás Pályakövetési rendszer keretében 2010-2013 közötti időszakban. A vizsgálat hallgatói motivációs vizsgálatot és diplomás pályakövetési vizsgálatokat foglalt magában, alumni és hallgatói szolgáltatások, hallgatói elégedettség témakörében. A vizsgálat keretében 2010-2013 között 18 559 fő végzett hallgató számára kerültek kiküldésre a kérdőívek, melyet 8 323 fő töltött ki értékelhető módon. A 2012-ben elvégzett hallgatói motivációs vizsgálat keretében 19 020 fő számára kerültek kiküldésre a kérdőívek, melyet 2 809 fő töltött ki értékelhető módon. Az alapsokasághoz viszonyítva a válaszadók arányában az általános kiértékeléskor a végzés éve, a kar, a nem és a tagozat szerint reprezentatív súlyozást alkalmaztak a kutatók, viszont jelen elemzésünkben ehhez nem folyamodhattunk, hiszen csak

azon válaszokat dolgoztuk fel, ahol az alumnival kapcsolatos kérdést kitöltötték. Ennek következtében a minta nagysága csökkent, a 2012-es hallgatói végzős évfolyamnál 882 fő válaszára, míg a 2013-as felmérés egy évvel korábban abszolvááltak közül 799 főre szűkítettük elemzésünket. A DPR adatbázisokkal kapcsolatos vizsgálatunk célja a hallgatói elégedettség (oktatáshoz és szolgáltatáshoz kapcsolódó tényezőknél) és az alumni tagsági viszony összefüggéseinek kimutatása volt.

- Standard fókuszcsoportos interjúkat végeztünk 2014. május – szeptember hónapban, előzetesen kidolgozott kérdőív segítségével végzett hallgatók körében. Az interjúkat öt alkalommal kerültek lebonyolításra, alkalmanként 6-8 fő részvételével, Pécselt eltérő helyszíneken. Az interjúalanyok különböző hazai felsőoktatási intézményekben, eltérő éveken-, tagozaton és finanszírozási formában szereztek meg felsőfokú végzettségüket, közös bennük, hogy jelenleg Pécselt élnek vagy munkájuk révén Pécshez kötődnek.
- Szakértői mélyinterjúkat felvételét végeztük standardizált kérdőív alapján 2014. május – szeptember között, alumni tevékenységeikért felelős vezetőkkel, felsőoktatási vezetőkkel, akik az ország különböző felsőoktatási intézményeiben végzik munkájukat.

A kvantitatív kutatási adatok elemzési munkáját IBM SPSS Statistics 20.0, illetve Microsoft Office Excel 2007 programokkal végeztük.

## 4. Kutatási kérdések, hipotézisek

A szakirodalmi ismeretek, a témában összegyűjtött tapasztalatok alapján a következő kutatási kérdéseket és hipotéziseket fogalmaztuk meg (1. táblázat).

### 1. táblázat: A kutatási kérdések megválaszolását, a hipotézisek verifikálását támogató kutatási módszerek

	KUTATÁSI KÉRDÉSEK	KUTATÁSI MÓDSZEREK
KK1	<i>A hazai felsőoktatási intézmények életében jelentős változások mentek végbe az elmúlt néhány évben, melyek jelentősen befolyásolják az intézmények működését. Megjelent a verseny fogalma a felsőoktatás rendszerében is, az intézmények versenyeznek a legjobb hallgatókért, oktatókért, erőforrásokért.</i>	hazai és nemzetközi szakirodalmi elemzések  szakértői mélyinterjúk  konferenciákon történő személyes konzultációk
KK2	<i>A magyar felsőoktatási intézmények versenyképességét a regionális elhelyezkedés determinálja.</i>	hazai és nemzetközi szakirodalom elemzései  szakértői mélyinterjúk (2014. május – szeptember)
KK3	<i>A hazai felsőoktatási intézmények a megváltozott felsőoktatási környezet hatására kezdtek el szervezett keretek között intézményi alumni tevékenységet folytatni, elsősorban azzal a céllal, hogy hatékony működésük fenntartás érdekében külső forrászerzési lehetőségeiket bővítsék.</i>	hazai és nemzetközi szakirodalmi elemzések  intézményi honlapelemzés  szakértői mélyinterjúk (2014. május – szeptember)
	HIPOTÉZISEK	KUTATÁSI MÓDSZEREK
H1	<i>Az egyetemek versenyképességét egyre nagyobb mértékben befolyásolja az, hogy milyen kapcsolati szolgáltatásokat képes nyújtani hallgatói, végzett hallgatói, az üzleti-, társadalmi élet szereplői részére.</i>	szakirodalom elemzései  alumni koordinátorok körében végzett kérdőíves megkérdezés (2014. május)  végzett hallgatói fókuszcsoporthoz megkérdezés (2014. május – szeptember)

	KUTATÁSI KÉRDÉSEK	KUTATÁSI MÓDSZEREK
		szakértői mélyinterjúk (2014. május - szeptember)
<b>H2</b>	<i>Hazánkban az alumni rendszer működésének hatékonyságát gátolja, a felsőoktatási intézmények esetében a tervezett, hosszútávra szóló működési stratégiák hiánya.</i>	alumni koordinátorok körében végzett kérdőíves megkérdezés (2014. május)  szakértői mélyinterjúk (2014. május – szeptember) végzett hallgatói fókuszcsoportos megkérdezés (2014. május – szeptember)  Diplomás Pályakövetési vizsgálatok (2010-2013)
<b>H3</b>	<i>A hazai egyetemek versenyképességét fejlesztő tényező lehet, egy hatékony alumni rendszer működtetése, melynek alapja az aktív hallgatói korban történő hallgatói elégedettség növelése.</i>	szakirodalom elemzése  alumni koordinátorok körében végzett kérdőíves megkérdezés (2014. május)  szakértői mélyinterjúk (2014. május – szeptember)  végzett hallgatói fókuszcsoportos megkérdezés (2014. május – szeptember)  Diplomás Pályakövetési vizsgálatok (2010-2013)

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 5. Az értekezés tudományos eredményei

A kutatás célja a hazai felsőoktatási intézmények által végzett alumni tevékenység vizsgálata, azon feltételezés tükrében, mely szerint a sikeresen végzett alumni tevékenység, hosszú távon elősegítheti az egyetemek versenyképességének javulását. A kutatási eredményeket összegezve megállapításainkat a következő tézisekben foglaljuk össze.

1. Tézis: A hazai felsőoktatási intézmények a környezet változásaira reagálva kezdtek el alumni tevékenységet folytatni. A hazai alumni szervezeteket az intézményi oldalról felmerülő igény hívta életre, nem alulról szerveződő szövetségekként, egyesületekként működnek, nem tekinthetők organikus szervezetnek. Láthatunk jó hazai példát (IBS alumni szervezete, CEU alumni szervezete), de az intézmények többsége esetében az alumni tevékenység jelenlegi formájában nem működik hatékonyan.

A szakirodalmak tanulmányozását követően, valamint a felsőoktatási szakértők, alumni vezetőkkel folytatott mélyinterjúk alapján egyértelműen kirajzolódott számunkra, hogy a felsőoktatás rendszerében mind hazai, mind nemzetközi szintéren igen jelentős változások mentek végbe az elmúlt évtizedben. A mélyinterjúk során megkértük a szakértőket azonosítsák be, nevezzék meg számunkra a hazai felsőoktatás rendszerének működését befolyásoló, meghatározó változásokat, tényezőket, melyek megítélésük szerint az alábbiak:

- Demográfiai apály, azaz a népesség száma folyamatosan csökken hazánkban, s ez megmutatkozik a beiskolázás előtt álló korosztály létszámának csökkenésében is, amely közrejátszik abban, hogy folyamatosan apad a felsőoktatási intézményekbe jelentkező hallgatók száma.
- Az intézményi finanszírozási rendszer és az államilag támogatott helyek rendszerének átalakítása révén jelentős forráskivonás történt a felsőoktatás rendszeréből. Ahhoz, hogy a felsőoktatási intézmények működésében ez ne jelentsen problémát, az intézményeknek gondoskodniuk kell a kiesett forrásaik biztosításáról.
- A nemzetköziesedés folyamata erőteljesebbé vált, amelynek vannak negatív és pozitív hozadéka is. Negatív hozadékként említették a szakértők, azt a tendenciát, mely szerint a beiskolázás előtt álló, tehetséges középiskolás diákok egyre nagyobb hányada kezdi meg

tanulmányait külföldi felsőoktatási intézményben. Ugyanakkor pozitív hozadékként megemlíthetjük, hogy folyamatosan nő a hazánkban tanuló külföldi hallgatók száma - amely jelentős többletbevételi forráshoz juttatja a hazai felsőoktatási intézményeket -, nő azon hazai hallgatók száma, akik mobilitási ösztöndíjjal (Erasmus, cseregyakorlatok) három hónapnál hosszabb időt tudnak eltölteni külföldi intézményekben,

- A hallgatói igények jelentősen változtak az elmúlt években. Az új generációk (Z generáció) tagjai, mára már a felsőoktatási intézmények hallgatói, s ők új típusú oktatási, tanulási módszereket igényelnek, melyhez az intézmények, az oktatók, az akadémiai szféra igen lassan alkalmazkodik.

A felsorolt tényezők alapján kimutatható, hogy a hazai egyetemek jelenleg számos problémával küszködnek, melyek közül kiemelkedik a tartós forráshiány és a folyamatosan csökkenő hallgatói létszám. Napjainkban egy egyetem versenyképességét, az oktatás minősége és a kutatások széles köre mellett a kapcsolt szolgáltatások sokszínűsége, minősége is meghatározza. A felsőoktatási intézmények célja hatékony működésük biztosítása, a kieső forrásaik pótlása. A külső források növelésének egyik lehetőségét látták az intézmények az alumni rendszerek kialakításában, mint a végzett hallgatókkal való kapcsolattartás intézményesült formájában. Úgy vélték a központi szerveződésű alumni szervezetek számos előnyt biztosíthatnak majd az intézmények számára, kiindulva abból a tényből, hogy a mértékadó angolszász országokban (USA, Nagy – Britannia) az alumni tevékenység az intézményi működés egyik sikertényezőjének számít, tekintettel arra, hogy a végzett hallgatók adományai, támogatásai jelentős hányadát képezik intézmények működési keretének, elősegítve ezzel az intézmény

versenyképességének biztosítását. Ebből adódóan a hazai alumni szervezetek létrehozása intézményi igény alapján történt, felülről jövő kezdeményezés formájában, döntően a 2000-es évek elején, közepén (2. táblázat).

**2. táblázat: Alumni tevékenység kezdete a hazai felsőoktatási intézményekben – alumni szakértők kérdőíves megkérdezése alapján**

<b>Alumni alapításának éve</b>	<b>Válaszok (fő)</b>	<b>Arány</b>
<b>2011</b>	3	14%
<b>2010</b>	4	19%
<b>2009</b>	1	5%
<b>2007</b>	1	5%
<b>2006</b>	1	5%
<b>2005</b>	2	10%
<b>2004</b>	1	5%
<b>2003</b>	1	5%
<b>2001</b>	1	5%
<b>2000</b>	2	10%
<b>1995</b>	1	5%
<b>1980</b>	1	5%
<b>Nincs válasz</b>	2	10%
<b>Összesen</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

*Forrás: Saját szerkesztés*

A felsőoktatási intézmények az alumni rendszerek kiépítésének megkezdésekor nem vették figyelembe a hazai intézményi, társadalmi és gazdasági sajátosságokat. A végzett hallgatók szükségletei, igényei figyelembevétele (nem készült előzetes igényfelmérés) nélkül alakították ki az intézmények alumni rendszerüket, programjaikat. Nem vettek tudomást

arról, hogy a hazai intézmények esetében nem beszélhetünk markáns intézményi identitás tudatról a hallgatók, végzett hallgatók körében, mely az angolszász országokban az alumni tevékenység sikerének kulcstényezője.

2. Tézis: A felsőoktatási intézmények alumni tevékenységét alapvetően befolyásolja az intézmények regionális elhelyezkedése, és az intézmény működtetés jellege (állami finanszírozású, magán, alapítványi vagy egyházi működtetésű intézmények).

A hazai felsőoktatás térszerkezete az elmúlt húsz évben jelentősen átrendeződött. Az 1990-es években megnőtt a felsőfokú képzések iránti kereslet, megnőtt a képző intézmények száma, megkezdődött az intézmények térbeli terjedése. A 2000-es években a felsőoktatási intézmények integrációja révén jelentős felsőoktatási központok jöttek létre. A nagy hagyományokkal bíró egyetemi városok (Pécs, Szeged, Debrecen) mellett olyan új központok is kialakultak, mint például Győr, Veszprém, Miskolc. Az integráció révén a vidéki felsőoktatási központok megerősödtek, széleskörű képzési kínálatuk elősegítette regionális felértékelődésüket. Az elmúlt húsz év átalakulásainak legnagyobb hozadéka talán az, hogy a felsőoktatás térben és időben elérhetővé vált azon társadalmi csoportok, rétegek számára, akik biztosítani tudják gyermekük taníttatását. Ma már 60-80 kilométeres körzetben el lehet érni felsőoktatási intézményt hazánkban, azaz az egyetemek, főiskolák lefedik a teret. A statisztikák tanulmányozása során érzékelhető (3. táblázat) hogy bár az egyes régiókban nőtt a jelentkezések száma, Budapest dominanciája továbbra is meghatározó. Budapest súlya a magyar felsőoktatásban kiemelkedő, pusztán a népességszámából adódóan (2-2,5 millió ember lakik Budapesten és vonzáskörzetében) nagyarányú hallgatói állománnyal rendelkezik, valamint széles képzési palettájának köszönhetően kiemelkedő



vonzerővel bír a felsőoktatásba jelentkező hallgatók számára. Olyan nagy múltú, presztízs intézmények működnek a fővárosban, mint az ELTE, BME, Corvinus. A budapesti felsőoktatási intézmények hatása nem csak a közép-magyarországi régióra terjed ki, hanem érezhető a legnagyobb vidéki egyetemek irányába is.

### 3. táblázat: Jelentkezők számának megoszlása régióként

Régió	Jelentkezők száma (általános eljárás során)					
	2014	2013	2012	2010	2005	2001
Dél-Alföld	13 324	12 048	13 837	18 275	19 279	18 196
Dél-Dunántúl	8 655	8 012	9 316	11 911	13 240	12 105
Észak-Alföld	15 443	13 946	15 615	21 084	22 101	21 586
Észak-Magyarország	11 041	10 131	11 833	15 682	17 372	17 718
Közép-Dunántúl	10 387	9 526	11 199	13 708	14 442	13 697
Közép-Magyarország	36 080	31 169	35 199	43 561	46 626	48 844
Nyugat-Dunántúl	9 296	8 506	9 922	12 770	12 883	12 178
nem adta meg	1 949	2 109	3 695	3 317	4 289	4 556

*Forrás: Saját szerkesztés, Felvi.hu adatbázis alapján*

Budapest elszívó ereje tehát jelentős, és nem csak a beiskolázás szakaszában, hanem a végzést követően is (Hegedűs, 2014). A vidéki intézményekben végzett hallgatók jelentős része Budapesten helyezkedik el, de ettől függetlenül Debrecen, Pécs, Szeged hatása érvényesül a hozzá közel eső területeken, ezáltal regionálisan befolyásolva az adott területegységet (Hegedűs, 2014).

A kutatási eredményeket összegezve megállapíthatjuk, a felsőoktatási intézmények esetében lényeges kérdés, hogy az adott intézmény miképpen tud kommunikálni, milyen típusú kapcsolatot tud kialakítani a gazdasági élet szereplőivel a régióban. Tud-e az intézmény olyan új típusú szolgáltatásokat teremteni, amelyből a térség, az ott élők profitálnak. Ezen fejlesztéseket, stratégiákat az intézményeknek tudatosan kell alakítania. S mindez együttesen alakítja majd az adott intézmény

vonzerejét. Megállapíthatjuk, hogy az intézmények regionális elhelyezkedése determinálja a felsőoktatási intézmények versenyképességét, de úgy véljük egy felsőoktatási intézmény sikerességét, vonzerejét nem pusztán az határozza meg, hogy földrajzi értelemben mely régióban működik, hanem befolyásolja az is, hogy az adott régióban, amelyben működik milyen mélységig képes beágyazódni, s a régió adta lehetőséget képes-e saját javára fordítani.

S hogyan kapcsolódik mindez a vizsgált témakörhöz? A hazai intézmények alumni tevékenységét vizsgálva, az átfogó intézményi honlapelemzés eredményeképpen megállapítottuk, hogy az intézmények működtetésének jellege alapján különbség mutatkozik abban: végeznek-e a felsőoktatási intézmények alumni tevékenységet, s ha igen azt időben mikor kezdték el. A hazánkban működő 66 felsőoktatási intézmény közül a 12 alapítványi-, magán finanszírozású intézmények mindegyike működtet alumni rendszert, a 26 egyházi tulajdonú egyetem közül csupán két intézmény esetében - Gál Ferenc Főiskola, Pázmány Péter Katolikus Egyetem – tapasztaltuk, hogy alumni tevékenységet végeznek, a 28 állami fenntartású felsőoktatási intézmény közül mindösszesen két intézmény – a Magyar Táncművészeti Főiskola és a Színház- és Filmművészeti Egyetem – nem végez alumni tevékenységet. Megvizsgálva, hogy a hazai felsőoktatási intézmények időben mikor kezdtek el alumni tevékenységet végezni, azt tapasztaltuk, hogy az intézmények jelentős része viszonylag későn a 2000-es évek közepén kezdett el intézményi alumni tevékenységet végezni. Kivéve a magán-, alapítványi fenntartású intézmények, a vidéki állami fenntartású intézmények, melyek időben korábban kezdtek alumni tevékenységet végezni intézményi keretek között (4. táblázat). Az adatokból megállapítottuk a felsőoktatási intézmények működési formája

alapvetően befolyásolja az intézményi alumni tevékenységek kezdő időpontját.

**4. táblázat: Az alumni tevékenység kezdete néhány hazai intézményben**

<b>Felsőoktatási Intézmény</b>	<b>Alumni tevékenység kezdete</b>
<b>Debreceni Tudományegyetem</b>	<b>1994</b>
<b>Széchenyi István Egyetem</b>	<b>2000</b>
<b>Pécsi Tudományegyetem</b>	<b>2001</b>
<b>Edutus Főiskola</b>	<b>2001</b>
<b>International Business School (IBS)</b>	<b>2003</b>
<b>Szegedi Tudományegyetem</b>	<b>2005</b>
<b>Szolnoki Főiskola</b>	<b>2005</b>
<b>Budapesti Corvinus Egyetem</b>	<b>2006</b>
<b>Semmelweis Egyetem</b>	<b>2011</b>

*Forrás: Saját szerkesztés*

Kivéve a magán-, alapítványi fenntartású intézmények, a vidéki állami fenntartású intézmények, melyek időben korábban kezdtek alumni tevékenységet végezni intézményi keretek között (4. táblázat). Az adatokból megállapítottuk a felsőoktatási intézmények működési formája alapvetően befolyásolja az intézményi alumni tevékenységek kezdő időpontját.

A hazánkban működő magán-, alapítványi intézmények esetében az intézményi működést áthatja a stratégiai, marketing szemléletmód. Ezen intézmények viszonylag korán felismerték az alumni tevékenység végzéséből fakadó lehetséges intézményi előnyöket. Míg a vidéki egyetemek, főiskolák a versenyhelyzetre reagálva kezdték el az intézményi alumni tevékenység végzését, addig a fővárosi, állami finanszírozású intézmények esetén az alumni tevékenység ilyen késői indítása az alábbi tényezőkkel magyarázható:

- Ezen egyetemek finanszírozás szempontjából többnyire nem támaszkodtak külső forrásokra, nem voltak rákényszerítve, hiszen az állami finanszírozás mértéke megfelelő volt számukra,
- a képzés színvonalát tekintve „presztízs” intézménynek számítanak, körükben sem a jelentkezők száma, sem a finanszírozás mértéke nem csökkent drasztikusan,
- a munkáltatók az általuk kibocsátott diplomákat preferálják.

3.Tézis: A hazai felsőoktatási intézmények által végzett alumni tevékenységek hatékonyságának legnagyobb gátja: hogy a felsőoktatási intézmények nem rendelkeznek hosszú távú átfogó intézményi, és ehhez kapcsolódó funkcionális stratégiákkal. Ebből kifolyólag az alumni tevékenységek jelenleg szórványrendszerként működnek a hazai felsőoktatási intézményekben.

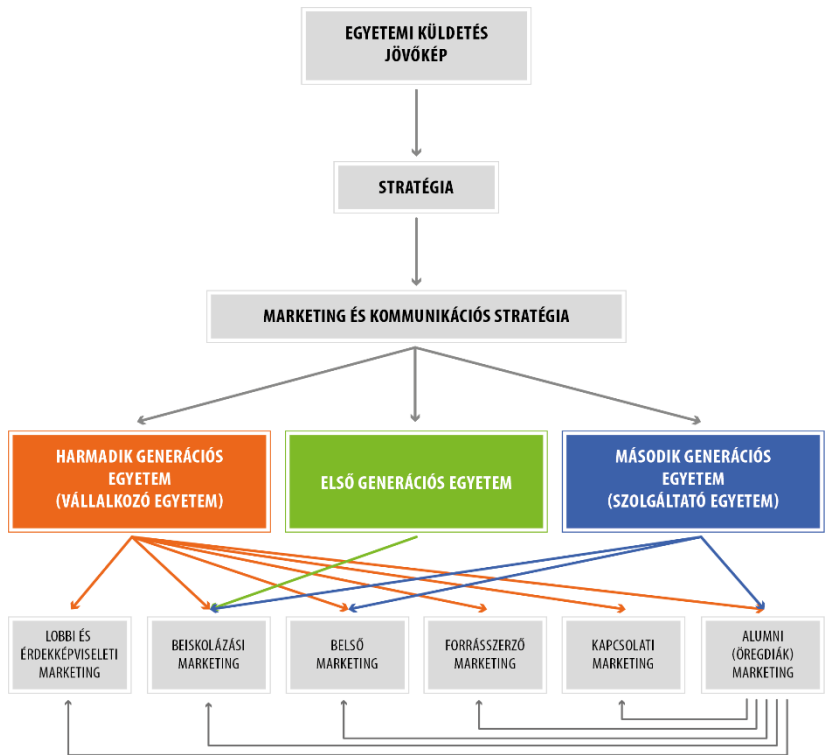
A hazai felsőoktatási intézmények működési környezete az elmúlt két évtizedben jelentősen átalakult. Folyamatosan csökken az egyetemek beiskolázási bázisa, átalakult a működésüket biztosító finanszírozás rendszere, változtak a hallgatók, potenciális hallgatók és a munkaadók elvárásai, s felerősödött a nemzetköziesedés folyamata. Megjelent a verseny fogalma. Az intézmények napjainkban már a nemzetközi piacon versenyeznek a hallgatókért, oktatókért, támogatásokért, erőforrásokért. Ebből kifolyólag az optimális működés biztosításához szükséges feltételek megteremtése céljából az egyetemek szolgáltató, vállalkozó jellege hazánkban is felerősödött. Kutatásaink során bizonyítást nyert azonban, hogy a hazai intézményeknél csak lassú ütemben nyer teret a stratégiai gondolkodásmód, a marketing szemléletmód. Az intézmények döntő többsége nem rendelkezik hosszú távú szervezeti, működési stratégiával, s ehhez kapcsolódó marketing stratégiával. Az intézmények jelentős hányada egy-egy funkcionális részterület fejlesztésre, erősítésére koncentrál. A

beiskolázási marketing, és az öregdiák marketing (*alumni*) az a terület, amely esetében ugyan jelentős fejlődést tapasztalhatunk, de ezt a változást azonban elsősorban a hallgatói létszám és a források drasztikus csökkenése indukálta.

A legtöbb esetben a beiskolázási marketing tevékenységet, az alumni tevékenységet nem az intézményi marketingstratégia részeként, hanem különálló egységként kezelik, mely tevékenységek végzése eseti jelleggel történik. A kutatások is rávilágítottak arra, hogy az egyes részterületek: beiskolázási marketing, alumni tevékenység (öregdiák marketing), belső (hallgatói) marketing funkcionális, gyakorlatorientált részterület kell, hogy legyen az intézményi marketing stratégián belül (*1. ábra*). Ezek az egyes részterületek szorosan összekapcsolódnak egymással, s nélkülözhetetlen a tevékenységek összehangolása, főbb stratégiai irányainak meghatározása az intézmény versenyképes, sikeres működéséhez. Ezen tevékenységek tulajdonképpen egy körfolyamat részelemeiként definiálhatóak (*1. ábra*). Az egyetemek hallgatókat toboroznak (beiskolázási, beszerzési marketing). Az intézménybe felvett hallgatók szükségleteit és igényeit a tanulmányaik időszaka alatt a lehető legmagasabb szinten kell kielégíteni.

Ehhez szükséges megfelelő erőforrások: minősített oktatók, szakképzett munkatársak, megfelelő infrastruktúra és szolgáltatások biztosítása (belső marketing). A hallgató helyzete ezen a piacon sajátságos, egyrészt „fogyasztó”, azaz a felsőoktatási szolgáltatások igénybe vevője, másrészt „késztermék”, aki a képzés után megfelelő szaktudás birtokában kikerül a munkaerő-piacra, és a felsőoktatási intézmények inputjaivá válhatnak. A végzett hallgatók munkaerő-piaci sikeressége, alapvetően befolyásolja az intézmény megítélését, hírnevét, imázsát. Mindez felértékeli a belső marketing szerepét.

# 1. ábra: Az alumni tevékenység szerepe a felsőoktatási intézményi stratégiában



Forrás: Saját szerkesztés

Az intézmény végzett hallgatói, az öregdiákok (öregdiák marketing) fontosak az intézmény számára, egyrészt mert erőforrásként szolgálhatnak a további működésükhöz, másrészt, ha elégedettek voltak a képzés során, akkor az intézmény jó hírét viszik szerte a világban, vissza fognak térni esetlegesen újabb képzés, továbbképzés igénybevétele révén, támogatóként, üzleti partnerként, s talán gyermekeiket is az alma mater falai közé küldik majd tanulni. Az intézményeknek ezt a körfolyamatot úgy kell menedzselnie, hogy közben együttműködik az állammal, a társadalmi

szervezetekkel, és az üzleti szféra képviselőivel is, a regionális térbe ágyazva, de a nemzetközi piaci trendeket figyelembe véve.

A hazai felsőoktatási intézmények által végzett alumni tevékenységek vizsgálata esetén a stratégiai gondolkodásmód hiányát tapasztaltuk. Az intézmények többségében az alumni tevékenységet önálló, független tevékenységként kezelik, pedig ez a tevékenység valójában a komplex marketing stratégia része, gyakorlatorientált, funkcionális részterület, melynek sikeres működéséhez szükséges, hogy kapcsolatban, összhangban legyen a többi funkcionális (beiskolázási marketing, hallgatói marketing, külső marketing..stb) részterülettel. A sikeres intézményi alumni tevékenység alapvető feltétele tehát a hosszú távú, átfogó intézményi stratégia megléte, s ehhez kapcsolódóan az egyes funkcionális résztevékenységek, feladatok definiálása.

4.Tézis: A hazai felsőoktatási intézmények esetében intézményi és kari, bizonyos esetekben intézeti szinten, vagy akár szakok szintjén is végeznek alumni tevékenységet. Az intézmények által működtetett központi alumni és a karok között az együttműködés nem optimális, sok esetben párhuzamosan végeznek tevékenységeket, az együttműködés keretei tisztázásra szorulnak.

A hazai felsőoktatási intézmények esetén az alumni tevékenységek szervezeti kereteit vizsgálva, igen változatos kép tárult elénk. Az alumni tevékenységek koordinálása dominánsan intézményi és/vagy kari szinten, vagy párhuzamosan történik (5. táblázat). Fontos megállapítás, hogy a nagyobb, több karral rendelkező felsőoktatási intézmények esetén nem találtunk olyan intézményt, ahol kizárólag intézményi szinten végeznek alumni tevékenységet (pl: Pécsi Tudományegyetem, Szegedi Tudományegyetem, Debreceni Tudományegyetem, Eötvös Lóránd Tudományegyetem, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem). Vizsgálatunk során azt tapasztaltuk - elsősorban a többkarú egyetemek

esetében - jóval erősebbek a kari identitások (pl: BCE, BME, ELTE, PTE) az intézményieknél, melyhez hasonló következtetéseket fogalmaz meg egy az Oktatási Hivatal által 2014-ben elvégzett vizsgálat (*Várhalmi, 2015*) is.

**5. táblázat: Alumni tevékenység milyen szinten szerveződik az intézményben? (Válaszadók száma 21 fő)**

<b>Alumni szerveződésének szintje</b>	<b>Válaszok (fő)</b>	<b>Arány</b>
<b>Intézmény</b>	19	90%
<b>Kar</b>	6	29%
<b>Egyéb szakmai, baráti közösségek</b>	2	10%
<b>Szak</b>	1	5%
<b>Intézet</b>	0	0%

*Forrás: Saját szerkesztés*

Fontos megállapítás, hogy a nagyobb, több karral rendelkező felsőoktatási intézmények esetén nem találtunk olyan intézményt, ahol kizárólag intézményi szinten végeznek alumni tevékenységet (pl: Pécsi Tudományegyetem, Szegedi Tudományegyetem, Debreceni Tudományegyetem, Eötvös Lóránd Tudományegyetem, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem). Vizsgálatunk során azt tapasztaltuk - elsősorban a többkarú egyetemek esetében - jóval erősebbek a kari identitások (pl: BCE, BME, ELTE, PTE) az intézményieknél, melyhez hasonló következtetéseket fogalmaz meg egy az Oktatási Hivatal által 2014-ben elvégzett vizsgálat (*Várhalmi, 2015*) is.

A végzett hallgatók körében, a fókuszcsoportos interjúk során kapott válaszokból is egyértelműen kiderült: számos esetben a kari, szakos kötődések jóval erősebbek, mint az intézményi kötődések, mely nem csak a 2000 előtt végzett, hanem a frissen végzett hallgatók esetében is jellemző.



*„Nem alakulnak ki hosszú távú, mely hagyományok, mert nem is tudnak kialakulni. Végiggondoltam, hogy azóta, hogy beiratkoztam az egyetemre hány neve volt a PTE- nek. Csak a neve négyszer változott. Hova kötődjek? Amikor én elkezdtem ide járni akkor épp megszűnt a főiskola, lett belőle egy évig Tanárképző Kar, majd JPTE, tíz év múlva már PTE volt. Én mondjuk személy szerint nem is tudok hova kötődni.”(Zsófia, nappali tagozatos hallgató JPTE)*

*„A mikrokörnyezetünkben élünk kb: 10 ember az, aki a szűkebb környezetünkhöz tartozik, nem is tudunk többet befogadni, ezért inkább a csoportunkhoz kötődünk. Erről jutott eszembe, hogy apukám a miskolci egyetem végzett, a mai napig hordja az egyetemi gyűrűjét, vannak rituálék, ami miatt még mindig összejárnak. Van egy felépített 4-5 pontból álló rituáléjuk, ami az egész egyetemi életüket végigkíséri. Én személy szerint a BTK-ra jártam és, ha definiálnom kell hová kötődök, akkor egyértelműen azt tudom mondani, hogy a szakomhoz, ahol végeztem. „(Judit, nappali tagozatos hallgató PTE BTK)*

Mindez számos esetben konfliktusok forrását, és párhuzamosságokat idéz elő a tevékenységek végzése során, mely az alumni tevékenység hatékonyságát gyengítheti. Éppen ezért nagyon fontos, hogy a központi irányítású öregdiák szervezet tevékenységeit a karokkal együttműködésben, a karok sajátosságainak, egyedi igényeinek figyelembevételével alakítsa ki.

5.Tézis: A hazai felsőoktatási intézmények az alumni rendszer kiépítésének kezdeti fázisában tartanak, az adatbázis építésre és az alumni találkozók szervezésére koncentrálnak. Hazánkban nincs hagyománya az öregdiák mozgalomnak, az aktív hallgatók esetlegesen találkoznak öregdiákokkal, nem alakulnak ki, nincsenek átvehető viselkedésminták. Az intézmények és az alumni tagok közötti kapcsolatok nem töltődnek fel tartalommal: nincs információáramlás, nehéz az alumni tagok mobilizálása, nincs szakmai együttműködés, pénzügyi transzfer.

A hazai felsőoktatási intézmények viszonylag későn, a 2000-es évek elején, közepén kezdtek el az intézményi alumni rendszerek kiépítésével szervezett

keretek között foglalkozni (2. táblázat). Az intézmények által nyújtott alumni tevékenységek vizsgálata alapján igazolódott az a feltevésünk, miszerint az intézmények jelentős része az alumni rendszer kiépítésének kezdeti fázisában tart, a hangsúly elsősorban az adatbázis kiépítésére és alapszolgáltatások (hírlevél, alumni magazin, évfolyam és alumni találkozók szervezésére) nyújtására tevődik (6. táblázat).

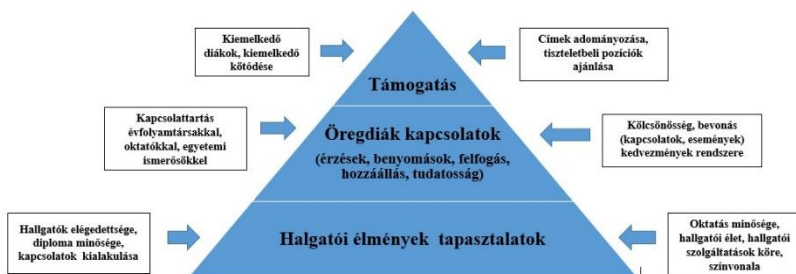
**6. táblázat: Milyen tevékenységet végez az alumni iroda az Ön intézményében?**

Tevékenységtípusok	Válaszok (fő)	Arány
Öregdiák találkozó szervezése	19	90%
Öregdiák regisztráció	18	86%
Kommunikációs tevékenységek	15	71%
Hírlevelek küldése	14	67%
Évfolyam találkozók szervezése	12	57%
Szakmai, tudományos programok szervezése	12	57%
Marketing	12	57%
Szabadidős programok szervezése	11	52%
Tagkártya kedvezmények biztosítása	9	43%
Diplomás Pályakövető Rendszer (DPR) működtetése	9	43%
Kiadványok	8	38%
Diplomaosztók szervezése	7	33%
Karrierszolgáltatások	7	33%
Támogatásszervezés	6	29%
Díjak, kitüntetések átadási ünnepségének szervezése	5	24%
Ajándéktárgyak értékesítése	5	24%
Konferenciák szervezése	4	19%
Évkönyv szerkesztése	4	19%
Utazások szervezése	1	5%

Forrás: Saját szerkesztés

Általánosan észlelt probléma, hogy a hazai intézmények a végzést követően igyekeznek kialakítani a végzett hallgatókban a kötődést az intézmény iránt, azaz az alumni tevékenységet nem az aktív hallgatói életkorban kezdik meg, hanem a végzést követően. A hallgatók képző intézményhez fűződő lojalitását a képzési időszak alatt kell kialakítani, amennyiben a végzést követően kezdünk hozzá a végzett hallgatók elégedettségének növeléséhez, akkor elkéstünk. Általánosan észlelt probléma, hogy a hazai intézmények a végzést követően igyekeznek kialakítani a végzett hallgatókban a kötődést az intézmény iránt, azaz az alumni tevékenységet nem az aktív hallgatói életkorban kezdik meg, hanem a végzést követően. A hallgatók képző intézményhez fűződő lojalitását a képzési időszak alatt kell kialakítani, amennyiben a végzést követően kezdünk hozzá a végzett hallgatók elégedettségének növeléséhez, akkor elkéstünk. Ahhoz, hogy minél több elkötelezett tagja legyen az intézmény alumni szervezetének, az intézményeknek alulról kell építkezniük, azaz már a beiskolázás, az aktív hallgatói élet szakaszában szem előtt kell tartaniuk (2. ábra), hogy az alumni rendszerhez való csatlakozást vonzóvá tegyék a hallgatók számára.

## 2. ábra: Hallgatói kötődés piramisa



Forrás: Saját szerkesztés

Ebben a megközelítésben a sikeres alumni tevékenység érdekében hidat kell kiépíteni a jelenlegi és a végzett hallgatók között (7. táblázat) a célból, hogy az aktív hallgatóknak legyen módjuk találkozni az öregdiákokkal, akik át tudják adni tapasztalataikat a hallgatóknak, mentorként segíteni tudják őket tanulmányaik végzésében, gyakorlati helyek megszerzésében.

**7. táblázat: Hallgatói elkötelezettség kialakításának folyamata a végzett hallgatók bevonásával**

	JÖVŐBENI HALLGATÓK (középiskolás diákok)	HALLGATÓK (potenciális öregdiákok)	ALUMNUSZOK	ELKÖTELEZZETTEK/ JÖTEVŐK (magas kötődésű alumnuszok)
KOMMUNIKÁCIÓ	<p>ÜZENET</p> <p>egyetem bemutatása</p> <p>itt a helyed, itt meg tudod valósítani álmaidat</p>	<p>az egyetem nem ér véget a diploma átvételével</p>	<p>az egyetem folyamatosan megújul, változik</p> <p>váruNK vissza</p> <p>továbbtanulási/képzési perspektívák</p>	<p>beruházás a jövőbe</p> <p>segítségnyújtás az egyetem fejlesztéséhez</p> <p>köszönjük a támogatást</p>
	<p>ESZKÖZÖK</p> <p>weboldal</p> <p>e-mail</p> <p>applikációk</p> <p>web2 alkalmazás</p> <p>videó üzenetek</p> <p>flyer</p> <p>személyes találkozások</p>	<p>weboldal</p> <p>e-mail</p> <p>web2 alkalmazás</p> <p>applikációk</p> <p>videó üzenetek</p> <p>flyer</p> <p>személyes találkozások</p>	<p>weboldal</p> <p>e-mail</p> <p>web2 alkalmazások</p> <p>hírlevél</p> <p>alumni magazin</p> <p>campus magazin</p> <p>telefonhívás</p>	<p>személyre szabott levél meghívás zártkörű eseményekre</p> <p>alumni vezetőkkel történő személyes találkozás</p> <p>egyetemi vezetőkkel történő személyes találkozás</p> <p>címek adományozása</p>
AKTIVITÁS	<p>nyílt napok</p> <p>intézetlátogatások</p> <p>campus túrák</p> <p>kiállítások</p> <p>előkészítők</p>	<p>junior alumni tagság</p> <p>alumni találkozók</p> <p>programok</p> <p>diploma bankett</p>	<p>évfolyam találkozók</p> <p>alumni találkozók</p> <p>szabadidős, sport rendezvények</p> <p>előadások</p> <p>továbbképzések</p> <p>szakképzések</p>	<p>zártkörű események</p> <p>alumni rendezvények</p> <p>adományozó estek</p> <p>gálák</p>
ALUMNUSZ SZEREPE	<p>tájékoztató</p> <p>megfigyelő</p> <p>önkéntes</p> <p>mentor</p> <p>toborzó</p>	<p>tag</p> <p>önkéntes</p> <p>mentor</p> <p>tanácsadó</p>	<p>bizottsági tag</p> <p>szervező</p> <p>önkéntes</p> <p>mentor</p> <p>tanácsadó</p>	<p>adományozó</p> <p>díszvendég</p> <p>vendégelőadó</p> <p>tiszteletbeli tag</p> <p>közösségi vezető</p>

*Forrás: Saját szerkesztés*

A hazai intézményi gyakorlat vizsgálata alapján megállapítottuk, hogy az alumni tevékenységek esetében, a kommunikáció dominánsan egyirányú, azaz az intézmény közöl információkat a végzett hallgatókkal. A végzett hallgatóknak nincs módjuk bekapcsolódni a tartalomszerkesztési munkálatokba, annak nem aktív részesei. Holott a sikeres alumni rendszer működésének alapfeltétele a folyamatos, kétirányú kommunikáció biztosítása. A végzett hallgató akkor marad kapcsolatban az Alma Materrel, ha folyamatosan fenn tudjuk tartani az érdeklődését a végzést követően is. Mindehhez azonban szükséges a lojális hallgatói attitűd megléte, aminek kialakításához, erősítéséhez szükséges az intézmény imázsának fejlesztése, az intézményi „márka” kialakítása, valamint megfelelő minőségű hagyományok kialakítása céljából, az arra alkalmas hallgatói programok biztosítása az aktív hallgatói szakaszban (*Nussl – Rein, 1997*).

A felsőoktatási intézmények tudatosan felépített „személyiségének”, „intézményi identitásának” kialakítása, a pozitív imázs kialakítása hosszú távú, tudatos marketingtevékenység eredményeként érhető csak el. Valós teljesítmények, megkülönböztető teljesítményelőnyök, vonzerők kellenek az elismertséghez, bizalomhoz, melyet célzott és hatékony marketingtámogatással, marketingkommunikációval lehet megismertetni, elfogadtatni (*Reketye, 2010*)

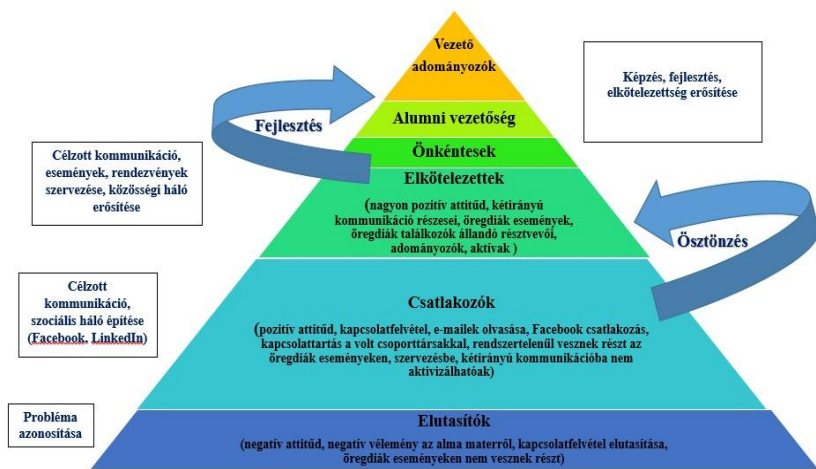
6.Tézis: A hazai felsőoktatási intézmények az alumni tevékenység kialakítása során a mértékadó angolszász példákat vették figyelembe, ahol az alumni tevékenység sikertényezőnek bizonyul. Az angolszász országokban az intézmények működési költségeinek jelentős hányadát a végzett hallgatók adományaiból, támogatásaiból befolyt összeg biztosítja, mely hozzájárul az intézmények versenyképességének javításához. Hazánkban az alumni tevékenység központi célja jelenleg nem lehet az adományok, támogatások gyűjtése, mert annak sem az intézményi, sem a társadalmi-, gazdasági-, kulturális feltételrendszere nem adott.

Az Amerikai Egyesült Államokban működő felsőoktatási intézmények esetén az alumni tevékenységek gyökerei igen hosszú múltra nyúlnak vissza - a legelső, hivatalos alumni szervezet megalakulása is egy amerikai egyetemen történt (Yale, 1821) – s azóta is példaértékű, követendő mintaként szolgálnak a világ felsőoktatási intézményei számára. A végzett hallgatók számára kialakított alumni rendszerek alulról jövő kezdeményezések révén alakultak ki, a végzett hallgatók alumni klubokba, egyesületekbe tömörülnek. Az egyes intézmények a formális szervezeti kereteket biztosítják az alumni közösségek hatékony összefogásához. Az Egyesült Államokban működő felsőoktatási intézmények esetén az alumni tevékenység alapja kezdetektől fogva az önkéntesség, és az elkötelezettség. Az alumni egyesületek életre hívásának alapvető célja az oktatás minőségének, és az oktatási infrastruktúrájának a fejlesztése, a tehetséges diákok támogatása, mely célok napjainkra sem változtak (*Wilkinson, 1954*). Az angolszász (USA, Nagy – Britannia) alumni rendszer sikerének kulcsa abban rejlik, hogy az intézményhez való kötődést a hallgatóvá válás előtt, még a hallgatótoborzás időszakában elkezdik formálni, s az elkötelezettséget a tanulmányi időszak alatt tovább erősítik, ügyelve arra, hogy a minőségi oktatás mellett a hallgatói élet nivós színvonalát is biztosítsák. E mellett a hallgatókat a végzést követően sem hagyják magukra, hiszen élethosszig tartó képzési, továbbképzési programot, karrier szolgáltatásokat.

A végzett hallgatók csoportját nem tekinti egységes, homogén csoportnak. Úgy vélik az alumni tagság szegmensekre bontható az elkötelezettségük, attitűdjük alapján. Az egyes szegmensekhez tartozó öregdiákok csoportja eltérő igényekkel, szükségletekkel, elvárásokkal rendelkezik. Őket megszólítani, szükségleteiket, igényeit kielégíteni,

elkötelezettségüket fokozni szegmensenként differenciált alumni stratégiával, valamint az azt támogató marketing, kommunikációs és szolgáltatási stratégia kidolgozásával alkalmazásával lehet (3. ábra), mely a modell sikerességének másik komponense.

### 3. ábra: Öregdiák szervezet felépítése, hallgatói elkötelezettség alapján



Forrás: Saját szerkesztés, Dewan, 2015 alapján

Az angolszász (USA, Nagy – Britannia) és a hazai alumni rendszerek sajátosságaiban tapasztalt különbségek elsődleges oka a felsőoktatás finanszírozásának országonkénti eltérő gyakorlatából adódik. Kelet-Európában a felsőoktatási intézmények működési költségeinek jelentős részét az állam finanszírozza. A hallgatók államilag finanszírozott képzés keretében szerezhetik meg első diplomájukat. A hallgatók megfelelő minőségű képzésben részesülnek, de a hallgatói szolgáltatások rendszere (hallgatói szolgáltatások típusa, minősége) egyetemenként eltérő. Az állam a támogatásért cserébe elvárja a diploma sikeres megszerzését, a

munkaerőpiacon való elhelyezkedést. Ebből adódóan a volt hallgató adó formájában fizeti vissza a képzésének költségeit az állam számára. Ezáltal a többletbevétel nem a felsőoktatási intézményeknél, hanem az államnál realizálódik. Az állam az éves költségvetés keretében dönt arról, hogy a realizált bevételeiből milyen mértékben finanszírozza az oktatás, kutatást. Az államnak nem feladata a hallgatói jólétet fokozó szolgáltatások biztosítása, sem a végzést követően a végzett hallgatók számára különféle szolgáltatások nyújtása. A hallgatói elégedettséget fokozó szolgáltatások, a végzett hallgatók számára nyújtott szolgáltatások bevezetését részben a felsőoktatási piacon erősödő, globális verseny, részben a felsőoktatási intézmények forráshiánya indukálta. Úgy vélték, az angolszász módszer bevezetése az európai környezetben is sikeres lehet. Az angolszász egyetemek esetében az alumni rendszer a sikeres intézményi működés, és extra bevételi forrás egyik kulcstényezője. Hiszen a tehetősebb, végzett diákok támogatásokkal segítik alma materük sikeres működését. De ez a támogatás nem pusztán adomány, nem egyszerű jótékonykodás (charity), hanem sokkal inkább filantrópia (*Berács és tsai., 2015*). Az angolszász országokban a hallgatók jelentős része magánegyetemre jár, s igen magas összegű tandíjat fizet. Ezért cserébe az egyetem minőségi oktatást, és egyéb, hallgatói jólétet fokozó szolgáltatást nyújt. Az egyetem a szolgáltatásokat a hallgatók által befizetett tandíjból finanszírozza, s a célja az, hogy a hallgatói minél magasabb elégedettségi szintet érjenek el tanulmányi időszakuk alatt és a végzést követően is. Az elégedett hallgatók ezért ellentételezés képen meghatározott tevékenységekre adományoznak az alma mater számára, mely révén az egyetem többletbevételhez jut, amit az oktatás, kutatás, hallgatói szolgáltatások fejlesztésére tud fordítani, ezáltal versenyképessége erősödik. Ez egy önmagát erősítő folyamat, mely jól

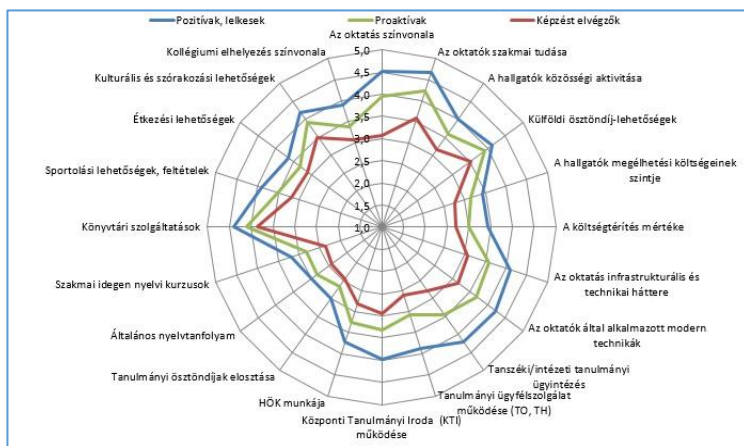


nyomon követhető az amerikai magánegyetemek (pl: Yale, Stanford, Harvard, Duke) esetében.

7.Tézis: A hazai felsőoktatási intézmények esetén az alumni tevékenység sikeres működésének kulcsa a hallgatói érték kialakítása, növelése a teljes hallgatói életívet végigkísérve. Az elégedett hallgatók alumni tagokká válnak, s a pályaválasztási döntés során ajánlani fogják intézményeiket barátaiknak, családtagjaiknak, gyermekeiknek. A hazai intézmények esetében az alumni tevékenység hatékony végzése a beiskolázási bázis erősítésében jelentkezhethet hosszútávon, mind hazai, mind nemzetközi szinten.

Kutatási eredményeink alapján feltételezzük, hogy azok a hallgatók, akik a képzés során elégedettebbek magasabb arányba válnak majd a képzést követően alumni taggá. A hallgatók elégedettségét elsősorban az aktív hallgatói életszakaszban az oktatás, és a hallgatói szolgáltatások minősége befolyásolja, mint ahogy azt a 2010-2013 között elvégzett Diplomás pályakövetési vizsgálatok eredményei is igazolták (4. ábra).

#### 4. ábra: Az egyes klaszterek és a hallgatók oktatáshoz kapcsolódó tényezők, értékelések közötti összefüggések vizsgálata



Forrás: Saját szerkesztés

Véleményünk szerint a végzett hallgató nem tekinthető az intézmény végtermékének, hanem a hallgatói életívvel leírt körfolyamat részeként újbóli potenciális fogyasztónak tekinthető. Egyrészt, mert a munkaerőpiac ma elvárja, hogy az ember képes legyen a folyamatos fejlődésre. Egy megszerzett tudásbázis már nem elegendő az életünk végéig, ahhoz, hogy a munkaerőpiacon versenyképesek tudjunk maradni, szükség van a folyamatos tanulásra (Life Long Learning), ismereteink folyamatos fejlesztésére, bővítésére (*Törőcsik, 2006*).

Így tehát a végzett hallgatók „újra vásárlóvá” válhatnak egyrészt saját szükségleteik kielégítése céljából, másrészt, ha elégedettek voltak a képzéssel ajánlják majd az intézményt rokonaiknak, barátaiknak, gyermekeiknek, unokáiknak. A szájreklám a magyar programon végzett hallgatók esetében is meghatározó, de az idegen nyelvi képzés program esetében alapvetően befolyásolja a potenciális hallgatók intézményválasztását. Mert a leghatékonyabb értékesítési csatorna a nemzetközi marketing tevékenység során a szájreklám, melynek alapja a külföldi hallgatók elégedettsége. Az elégedettség magas szintjét a teljes hallgatói életútra szegmentált legmagasabb szintű, minőségi hallgatói szolgáltatások biztosítása révén érhetünk el, ahogy egy friss kutatás (*Pozsgai, 2014*) is bizonyította. A hallgatótoborzás mind hazai, mind nemzetközi szinten egyetemi kompetencia kell, legyen (*Fojtik, 2014*), amennyiben egy felsőoktatási intézmény hosszútávon versenyképes szeretne maradni. Ebből kifolyólag az alumni tevékenység elsődleges célja, a végzett hallgatók bevonása az intézményi tevékenységek rendszerébe, egyfajta hidat építve a potenciális, a jelenlegi és a végzett hallgatók között. A kutatási eredményeket figyelembe véve úgy véljük hasznos a hazai felsőoktatási intézmények számára az alumni szervezetek kialakítása,

működtetése. De megállapítottuk, hogy míg a mértékadó angolszász országokban az egyetemek működése során az alumni tevékenység a hatékony intézményi működés egyik sikertényezője, addig hazánkban az eltérő társadalmi, kulturális, oktatáspolitikai és gazdasági helyzet miatt jelenleg nem alkalmas az egyetemek versenyképességének klasszikus értelemben vett javítására. Úgy véljük az intézményi alumni tevékenység pozitív hatása a beiskolázás bázis erősítésében jelentkezhethet hosszútávon, mind hazai, mind nemzetközi szinten.

## **6. További kutatási irányok**

A felsőoktatási környezet változása tovább erősíti az intézmények stratégiai és marketing szemléletű gondolkodásmódjának szükségességét, a cselekvést. A kutatásaink során megállapítást nyert, hogy a hazai felsőoktatási intézmények által végzett alumni tevékenység jelenleg nem biztosít mérhető versenyelőnyt az intézmények számára. Az alumni szervezet fejlesztéséhez, versenyképességéhez szükségessé vált a jelenlegi intézményi elképzelések átgondolása, új stratégia kialakítása.

Az alumni rendszerek fejlesztéséhez nélkülözhetetlen a teljes hallgatói életívet lefedő hallgatói érték átfogó vizsgálata. Szükséges lenne megismerni a hallgatói elvárásokat, szükségleteket, igényeket, a jelenlegi szolgáltatásokra vonatkozó véleményeket, az elégedettség szintjüket. A hallgatói érték vizsgálatokba célszerű bevonni a hazánkban tanuló külföldi hallgatókat is. A magyar programon és a külföldi programon tanuló hallgatók eredményeinek összehasonlítása számos kritikus pontra világíthat rá, melynek eredménye a további fejlesztési irányokat kijelölheti.

A hazai intézmények az alumni tagságot jelenleg egyetlen homogén egészként kezelik. Szükség van a tagsági bázis differenciálására

(életkor, földrajzi elhelyezkedés, végzettség, munkaerő-piaci státusz, lojalitás az alma mater irányába), mert az eltérő preferenciákkal rendelkező csoportok esetében a marketing, kommunikációs és szolgáltatásokra vonatkozó stratégiákat is differenciáltan kell alkalmazni az alumni tevékenység hatékonyságának növelése érdekében. Ezen célból szükséges megvizsgálni a jelenlegi alumni tagsági bázis elvárásait, elégedettségét, s szükséges megismerni az esetleges javaslatokat is.

Szükségesnek véljük az alumni tevékenységek nemzetközi gyakorlatának további vizsgálatát, amely elsősorban a nemzetközi alumni hálózat kiépítésére, működésére koncentrálna. Érdemes megismerni a nemzetközi intézmények gyakorlatát, elősegítve ezzel a hazai intézmények nemzetközi alumni hálózatainak kialakítását. A sikeresen működő nemzetközi alumni szervezet támogathatja az intézményi nemzetközi beiskolázási programot, nemzetközi beiskolázási stratégiát.

## **7. A téziszűzetben felhasznált irodalom**

**Berács J.** – Derényi A. – Kovács G. – Polónyi I. – Temesi J. (2015):

*Magyar Felsőoktatás 2014. Stratégiai helyzetértékelés.*  
Tanulmány. Budapesti Corvinus Egyetem, Nemzetközi felsőoktatási  
Kutatások Központja Budapest

**Fojtik J.** (2014): *Kutatási koncepció akvizíció tervezéséhez.* Támop –

4.1.1.C-12/1/KONV-2012-0010 gépészeti mechatronikai hálózati  
kutató és képzési együttműködés projekt. Külföldi hallgatók  
bevonása, akvizícióra, akcióterv készítése. Pécs, Pécsi  
Tudományegyetem

**Hegedűs R.** (2014): *Egyetemek vonzó és kibocsátó hatása a DPR alapján.*

- Metszetek 2014/1. szám, Debreceni Egyetem, Debrecen, pp. 202–215.
- Nuissl, E.– von Rein, A.** (1997): *Felsőoktatási intézmények PR-  
tevékenysége.* Budapest, Német Népfőiskolai Szövetség  
Nemzetközi Együttműködési Intézete
- Pozsgai Gy.** (2014): *Az egyetem nemzetközi vonzerőfejlesztése a külföldi  
hallgatók beiskolázásának szempontjából.* Doktori Értekezés. Pécsi  
Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs
- Rekettye G.** (2010): *A felsőoktatási kínálat marketingorientált  
menedzselése.* In: Töröcsik M. – Kuráth G. (szerk.): Egyetemi  
marketing – marketing a felsőoktatásban. Pécs, PTE, pp. 144–156.
- Szolár É.** (2009): *Szervezetelméletek a felsőoktatás kutatásban.* Új –  
Pedagógiai Szemle, 2009/8-9. pp 27-46.
- Töröcsik M** (2006): Fogyasztó magatartás trendek. KJK-KERSZÖV Jogi  
és Üzleti Kiadó Kft, Budapest
- Várhalmi Z.** (szerk.) (2015): *A felsőoktatási informatikai és hallgatói  
szolgáltatási területek felmérése. Záró tanulmány.* MKIK  
Gazdaság - és Vállalkozáskutató Intézet, Budapest
- Wilkinson, R. D.** (1954). *Goals for alumni relations.* The Journal of Negro  
Education, 23, pp. 33–138.

## 8. Publikációs jegyzék

- Deliné GY.R. – **Duga Zs.** (2015): *Alumni kommunikáció diplomán innen és túl.*  
In: Kuráth és tsai. (szerk.): *Diplomás Pályakövető Rendszer tanulmánykötet 2015.* Pécsi Tudományegyetem, Pécs pp. 193-205 ISSN 2064-5848
- Duga Zs.** (2015): *Tudománykommunikáció a Z generációnak – a hallgatói fókuszcsoportos viták és az oktatói mélyinterjúk tükrében.* In: Töröcsik (szerk.): *A Z generáció magatartása és kommunikációja.* Pécsi Tudományegyetem, Pécs pp.188 – 210 ISBN 978-963-642-733-7
- Duga Zs.** – Töröcsik M. (2014): *A Z - generáció és a tudomány kapcsolata – A tudományos ismeretszerzés színterei a fiatal generáció körében.* Marketing & Menedzsment, XLVII. évf. II. különszám pp. 27-37 ISSN 1219 0349
- Duga Zs.** (2014): *A hazai felsőoktatási intézmények által működtetett alumni rendszer sajátosságai.* Marketing & Menedzsment, XLVIII. évfolyam, 2. sz. pp 18-31 ISSN 1219 0349
- Duga Zs.** (2014): *Felvételi információforrások 2010-2013.* In: Kuráth G. – Héráné T. A. – Sipos N. (szerk.) (2014): *Diplomás Pályakövető Rendszer tanulmánykötet.* Pécsi Tudományegyetem pp. 18-37. ISSN 2064-5848
- Duga Zs.** (2013): *Tudomány és a fiatalok kapcsolata. Kutatási tanulmány.* TÁMOP-4.2.3. – 12/1/KONV-2012- Tudománykommunikáció a Z generációnak. Projektvezető Töröcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár, A munkacsoport vezetője: Szűcs Krisztián PTE KTK adjunktus Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. [www.zgeneracio.hu](http://www.zgeneracio.hu)
- Duga Zs.** (2012): *Az alumni – rendszer szerepe a felsőoktatásban.* IV. Nemzetközi és X. Országos Interdiszciplináris Grastyán Konferencia, 2012. 04.12-13. Pécs In: Szamonek V. (szerk.): *X. Országos Interdiszciplináris Grastyán Konferencia előadásai.* Virágmandula Kft. ISBN 978-963-642-471-8

- Duga Zs.** (2012): *Hallgatói szolgáltatások a felsőoktatásban.* In: Sípós – Gunszt (szerk.). *Interdiszciplináris Doktorandusz Konferencia 2012 Konferenciakötet.* Pécsi Tudományegyetem, Doktorandusz Önkormányzat, Pécs. ISBN: 978-963-642-484-8
- Szontágh K. – **Duga Zs.** (2012): *Sustainable development in terms of next generations of researchers.* In: Bélyácz I. - Fogarasi J. - Szabó K. – Szász E. (szerk.): *Knowledge and Sustainable Economic Development.* Konferencia helye, ideje: Oradea, Romania, 2011.10.27-29. Oradea: Partium Kiadó, 2012. p.x. ISBN: 978-606-8156-30-9
- Duga Zs.** - Szontágh K. (2012): *Student mobility – a panorama of the situation in Hungary.* In: Bélyácz I. - Fogarasi J. - Szabó K. - Szász E. (szerk.): *Knowledge and Sustainable Economic Development.* Konferencia helye, ideje: Oradea, Romania, 2011.10.27 - 29. Partium Kiadó, 2012. p.x. ISBN: 978-606-8156-30-9
- Duga Zs.** - Szontágh K. (2012): *Future of student mobility in the Hungarian Higher Education.* In: Bélyácz I. - Fogarasi J. - Szabó K. – Szász E. (szerk.): *Knowledge and Sustainable Economic Development.* Konferencia helye, ideje: Oradea, Romania, 2011.10.27 - 29. Partium Kiadó, 2012. p.x. ISBN: 978-606-8156-30-9
- Duga Zs.** (2012): *Diploma mobilitás – azaz külföldi diákok a magyar orvostudományban.* In: Reisinger A. (szerk.) *Új trendek és kihívások a hazai felsőoktatásban: A Széchenyi István Egyetem és a Hallgatói Önkormányzatok Országos Konferenciája* Konferencia helye, ideje: Győr, 2011.05.27-28. Széchenyi István Egyetem, 2012. p. x. ISBN:978-963-7175-77-0
- Duga Zs.** – Szontágh K. (2012): *The role of universities in regional development.* In: Szente V. – Szendrő K. – Varga Á. – Varga R. (szerk.): *Regional and Business Studies, Vol. 3, No. 1. Supplement 1.: 3rd International Conference of Economic Sciences.* Konferencia helye, ideje: Kaposvár, 2011.05.19-20. Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar Paper CD: [s. n.], 2012. p. x. ISBN:978-963-9821-42-2
- Duga Zs.** (2011): *Idegen nyelvű képzési programok szerepe a magyar orvostudományban.* In: Páger B. (szerk.): *PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola Évkönyv.* Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. ISSN: 1588 - 5348

- Duga Zs.** - Szontágh K. (2011): *Foreign Students in Hungarian Medical Training*. In: Székely T. (szerk.) XII. RODOSZ Konferencia. Konferencia helye, ideje: Kolozsvár, Románia 2011. 12.02- 2012.12.04. Kolozsvár: Románia Magyarok Doktorandusok és Fiatal Kutatók Szövetsége, 2011. p. x. ISBN:978-606-8259-39-0
- Duga Zs** – Szontágh K. (2011): *Degree Mobility in Medical Training in Hungary - Practices in foreign student recruitment*. In: Ferencz Á. (szerk.): Erdei Ferenc VI. Tudományos Konferencia, I-III. kötet, Konferencia helyszíne, ideje: Kecskemét, 2011. 08.25 -26. Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar ISBN:978-963-7294-98-3

Szontágh K. – **Duga Zs.** (2011): *Regional Distribution of Academic Fields Offered by Doctoral Schools – Innovation Potential for Companies*. In: Ferencz Á. (szerk.): Erdei Ferenc VI. Tudományos Konferencia, I-III. kötet Konferencia helyszíne, ideje: Kecskemét, 2011. 08.25 -26. Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar ISBN:978-963-7294-98-3

**Duga Zs.** (2010): *Kommunikációs és promóciós eszközök a beiskolázási marketingben*. In: Kuráth G. – Pálfi M. (szerk.): III. Felsőoktatási Marketing Konferencia: Konferencia CD, Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 2010. pp. 200-212. ISBN:978-963-642-365-0

**Duga Zs.** (2010): *Az egyetemek szerepe a regionális fejlesztésben*. In: Buday-Sántha A. - Gunszt K, - Horváth M. - Milovecz Á. - Páger B. - Tóth Zs. Balogh G. - Kovács Sz.- Horeczki R. - Erdősi F. - Horváth Gy.(szerk.) Évkönyv 2010:"Féldőben" Pécs: PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, pp. 36-47. I- IV. kötet ISSN 1588 5348 11

### **Oktatási segédanyagok**

**Duga Zs.** (2014): *Tudománykommunikáció, tudományos ismeretterjesztés a webkettő világában*. Tudománykommunikációs képzés e-book tananyag. A Közigazgatási és Igazságügyi Hivatal megbízásából, a TÁMOP 4.2.4. A Nemzeti Kiválóság Program keretében a kiemelt projektben ösztöndíjat nyert kutatók számára.



**Duga Zs.** (2014): *Felsőoktatási-kutatóintézeti intézményi médiamedvezésmenet elmélete és gyakorlati szempontjai.* Tudománykommunikációs képzés e-book tananyag. A Közigazgatási és Igazságügyi Hivatal megbízásából, a TÁMOP 4.2.4. A Nemzeti Kiválóság Program keretében a kiemelt projektben ösztöndíjat nyert kutatók számára.

### **Egyéb kiadványok**

Kalmár L. – **Duga Zs.** – Somodi K. (szerk.) (2014): *The First 30 Years of the English Language Medical Education* in Pécs. University of Pécs, Medical School (1<sup>st</sup> Edition, August 2014)

Kalmár L. – **Duga Zs.** – Somodi K. (szerk.) (2014): *The First 30 Years of the English Language Medical Education* in Pécs. University of Pécs, Medical School (2<sup>nd</sup> Edition, October 2014)

### **Konferencia előadások**

**Duga Zs.** (2015): *Az alumni rendszer fejlesztési sajátosságai a Pécsi Tudományegyetem Általános orvostudományi Karán a TÁMOP 4.1.1.C modul keretében.* Szegedi Konferenciamegbeszélés, Szeged 2015. június 17.

**Duga Zs.** (2014): *Az alumni rendszer szerepe a felsőoktatási intézmények versenyképességének javításában.* III. Interdiszciplináris Doktorandusz Konferencia. Pécs, 2014. április 15-17.

**Duga Zs.** (2013): *Tudománykommunikáció a Z-generációnak. Avagy hogyan tanulnak a net generáció tagjai.* Egy generáció médiahasználatáról. Társadalom- és médiatudományi megközelítések. Pécs, 2013. november 8-9. Zsolnay Kulturális Negyed

**Duga Zs.** (2013): *Hallgatói értékek a felsőoktatásban.* V. Nemzetközi és XI. Országos Interdiszciplináris Grastyán Konferencia Pécs, 2013. április 17-19. PTE Pollack Mihály Műszaki és Informatikai Kar

**Duga Zs.** (2012): *Hallgatói szolgáltatások a felsőoktatásban.* Interdiszciplináris Doktorandusz Konferencia (IDK) 2012. Pécs, 2012. március 9. dr. Halassy-Nagy József Aula, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

- Duga Zs.** (2012): *Az alumni – rendszer szerepe a felsőoktatásban.* V. Nemzetközi és X. Országos Interdiszciplináris Grastyán Konferencia Pécs, 2012. április 12-13.
- Duga Zs.** - Szontágh K. (2012): *Student mobility – a panorama of the situation in Hungary.* Knowledge and Sustainable Economic Development. Konferencia helye, ideje: Oradea, Romania, 2011.10.27 – 29. (angol nyelvű előadás)
- Duga Zs.** - Szontágh K. (2012): *Future of student mobility in the Higher Education.* Knowledge and Sustainable Economic Development. Konferencia helye, ideje: Oradea, Romania, 2011.10.27 – 29. (angol nyelvű előadás)
- Duga Zs.** (2012): *Diploma mobilitás – azaz külföldi diákok a magyar orvostudományban.* Új trendek és kihívások a hazai felsőoktatásban: A Széchenyi István Egyetem és a Hallgatói Önkormányzatok Országos Konferenciája Konferencia Győr, 2011.05.27-28. Széchenyi István Egyetem
- Duga Zs.** – Szontágh K. (2012): *The role of universities in regional development.* 3rd International Conference of Economic Sciences Kaposvár, 2011.05.19 – 2011.05.20. Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar (angol nyelvű előadás)
- Duga Zs.** – Szontágh K. (2011): *Foreign Students in Hungarian Medical Training.* XII. RODOSZ Konferencia. Konferencia Kolozsvár, Románia 2011. 12.02- 2012.12.04. Kolozsvár: Románia Magyarok Doktorandusok és Fialat Kutatók Szövetsége
- Duga Zs.** – Szontágh K. (2011): *Degree Mobility in Medical Training in Hungary - Practices in foreign student recruitment.* Erdei Ferenc VI. Tudományos Konferencia, Kecskemét, Magyarország 2011. 08.25 -26. Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar
- Duga Zs.** (2010): *Az egyetemek szerepe a regionális fejlesztésben.* „Féllidőben”c. konferencia Pécs, 2010. október 8-9 PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola