

A design gondolkodás alkalmazhatósága a pénzügyi-üzleti tudatosság növelését célzó oktatásfejlesztésben

The applicability of design thinking in educational development aimed at advancing financial-business awareness

ORBULOV VANDA

Egyetemi tanársegéd, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék,
orbulov.vanda@gtk.bme.hu

Absztrakt

A design gondolkodás az ügyfélélményt, az érintetti bevonást, a közös alkotást, az empátia jelentőségét hangsúlyozza. Alkalmazhatóságának nem szab határt a vizsgált szegmens vagy a tevékenység jellege, ennél fogva az oktatásfejlesztés, mint szolgáltatásfejlesztési tématerület is alkalmas a szemlélet eszköztárával történő kutatásra. A pandémia időszakában különösen nagy jelentősége van azon módszertanok alkalmazásának, amelyek az ügyfél aktív részvételével alakítanak ki olyan alkotói közösséget, amelynek eredményterméke nem kizárólag a szolgáltató egyoldalú megfogalmazásán alapszik, de jól ismeri a megoldandó problémát, arra életképes ötleteket ad és próbál ki, valós ügyfélkörnyezetben. A kutatás olyan hallgatók pénzügyi és üzleti tudatosságának fejlesztését célozza, akik képzése nem gazdaságtudományi fókuszú, így a menedzsment, közgazdaságtudomány, marketing szakmai alapok elsajátítása eltérő megközelítést igényelhet. A tervezői szemlélettel érdemi és élményalapú tudáshoz jutottam el, amely a közvetett és közvetlen érintettek közös sikereként értékelhető, mintegy a jövőbeli szorosabb együttműködés kiváló kezdő lépéseként.

Kulcsszavak: design gondolkodás, empátia, kollaboráció, kvalitatív kutatás, oktatásfejlesztés

Köszönetnyilvánítás: A tanulmány a Magyar Nemzeti Bank és a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem együttműködésének a hozzájárulásával jött létre.

Abstract

Design thinking emphasizes the importance of customer experience, stakeholder involvement, co-creation, and empathy. Any segment or activity does not limit its applicability; therefore, education development as a service development topic area is also suitable for research with the tools of this approach. In a pandemic period, the application of methodologies that form creative communities with the customer's active participation, whose output is not only the one-sided definition of the service provider but is well aware of the problem to be solved, gives viable ideas and tests in a typical customer environment. The research topic aims to develop the financial and business awareness of students whose studies are not focused on economics, so learning the fundamentals of management, economics, and marketing may require a different approach. With the design thinking approach, I have come to meaningful and experiential knowledge, which can ultimately be assessed as a collective success of indirect and direct stakeholders, as an excellent starting point for future closer collaboration.

Keywords: design thinking, empathy, collaboration, qualitative research, education development

Acknowledgments: The study was created with the cooperation of the Hungarian National Bank and the Budapest University of Technology and Economics

1. Bevezetés

A tanulmány tárgyát képező feltáró kutatás egyrészt hiánypótlónak tekinthető adott felsőoktatási oktatási intézmény szerkezetében, másrészt a magyar műszaki értelmiség pénzügyi és üzleti képzésének területén. A tanulmány előzményeként definiálható az a felvetés, amely szerint a gazdaságtudományi, ezen belül a marketing tudás átadását eltérően szükséges és lehetséges megvalósítani azon hallgatók számára, akik képzése nem elsősorban közgazdaságtudomány, menedzsment és marketing fókuszú.

A hazai pénzügyi rendszer leginkább meghatározó szereplőjével való együttműködésünk keretében végzett kutatás során konkrét célunk az, hogy feltárjuk a műszaki felsőoktatásban, kifejezetten a mérnökhallgatók részére adaptálható olyan oktatási módszereket és eszközöket, amelyek a pénzügyi és üzleti tudatosság értékes és hasznos elsajátítását szolgálják, valamint hosszútávon integrálhatók képzési rendszerünkbe.

Kutatási kérdésem: Milyen módon növelhető a műszaki felsőoktatásban hallgatók pénzügyi és üzleti tudatossága, valamint a jelenleg fennálló gazdaság- és társadalomtudományi képzésük ezt milyen mértékben és minőségben segíti elő?

Felismertük, hogy a hazai banki, pénzügyi és üzleti szektor egyre több műszaki, informatikai, vagy más természettudományos végzettséggel rendelkező fiatal alkalmaz. A hagyományos iparvállalati illetve vállalkozásfejlesztési területeken komoly igény van arra, hogy ezek a végzett szakemberek érzékenyek, nyitottak és tájékozottak legyenek a modern gazdaság- közgazdaság- illetve társadalomtudomány bizonyos aspektusaival. A teljesség igénye nélkül ilyenek a műszaki fejlesztések humán kapcsolódásai, a környezeti és fenntarthatósági kérdések, a nemzetközi versenyképesség jelentőségének megértése vagy az innovációk piacra vitelének és üzleti sikerességének biztosítása. A vizsgált oktatási intézmény képzéseiben az ezen a téren folyó fejlesztések azért jelentősek, mert túlmutatnak az Egyetem falain annak nemzetközi és hazai vezetőszerpe miatt. Tudatában vagyunk annak, hogy a mérnökképzésen túlmenően, a kapcsolódó üzleti, gazdasági képzések meghatározó intézményeként ezen tématerületek oktatásában tudatosan és az igényre szabottan szükséges fejlődni, változást elérni és végrehajtani.

A kutatás a terjedelmi határok definiálása érdekében elsősorban pénzügyi és üzleti perspektívában vizsgálja a tudásátadás leginkább hatékony, igényekre szabott, érthető és érdemi oktatásának ideális módját, idejét, időtartamát. Mindemellett a szerző továbblép a kutatás értékelését követően, hiszen az egymáshoz közelebb álló gazdaság- és társadalomtudományi szakterületek kombinációjában is számos lehetőség fedezhető fel meghagyva a pénzügyi-üzleti súlypontok fókuszát. A kutatás a szerző szándéka szerint alapot adhat azon kutatásoknak is, amelyek nem kifejezetten a műszaki képzési fókuszú hallgatók körére koncentrálnak. A műszaki tudományok mellett a teljesség igénye nélkül a természettudomány, a jogtudomány, a bölcsészet- és társadalomtudomány, az agrártudomány, a földtudomány és a művészeti ágazatok képviselői számára is releváns konzekvenciákat kíván a szerző megalapozni a kutatás során.

2. Szakirodalmi áttekintés

A design szemléletű megközelítés innovatív koncepcióként mind az ipari mind a kereskedelmi tevékenységek számára előnyöket generál. Jelen tanulmányban a design gondolkodás szemléletként és megközelítésként minden az ügyfélművelésre irányuló nézetet és módszertant lefed, ideértve a termékfejlesztést és a termékmenedzsmentet (PLATTNER et al., 2016). A kreatív mérnöki gondolkodás 1959. évi első fogalma után, 1969-ben a mesterséges intelligencia és a kognitív tudomány kutatója, SIMON (1996) által megalapított design tudomány megismertetését követően néhány évvel a design egy új, innovatív koncepcióként (ROWE,

1991) jelent meg túllépve a szemlélet jellegén és már gyakorlati problémamegoldási módszerként is feltűnve. A tartós design a terméket csupán mint egyfajta lineáris kapcsolatot tekint az ember és a környezete között. A valóságban, a tervezőnek vagy designernek az emberre magára kell gondolnia, az ő vágyaira, gondolataira, környezetére, terveire egy nem lineáris, integrált egyidejű egészként értelmezve azokat (PAPANÉK, 2005). Cross közelebb hozta a design lényegét: a megfelelő módszerek a modellezésben, mintázatok és ábrázolásokban, szintézisben rejlenek, míg a design értékei a praktikum, a találékonyság, az empátia és az éppen „megfelelő” iránti elköteleződéshez áll közel, mintsem szubjektivitáshoz, képzelőerőhöz, elkötelezettséghez és az ítékezéshez (CROSS, 1982). A Schön által először 1983-ban megfogalmazott, angol elnevezésén említve “reflection-in-action” néven illetett elmélettel a design kutatás új impulzust kapott, újragondolva az eddig uralkodó racionalista paradigmát (SCHÖN, 1995). A szakértő designerek nem probléma-, hanem megoldáscentrikusak. A tervező impresszív hozzáállása nem csupán a probléma elemzésének széleskörű és mély jellegében keresendő, de a probléma pontos behatárolásában, a rendelkezésre álló információk átlátásában és a fontossági sorrend célzott és közvetlen felismerésében (CROSS, 2004). A 2005-ben bemutatott dupla gyémánt modell a megfelelő probléma felkutatását és az erre adott megfelelő megoldást az emberi igényeknek való megfelelés alapvetéseként szemlélteti. A design gondolkodásnak nincs egy dedikált megfogalmazása, több terület alakítja és definiálja a szemléletet saját ízlése és belátása szerint. A megközelítés megértésének legegyszerűbb módja a gyakorlat, az alkalmazása és a tapasztalat (DORST, 2006). COOPER (2016) a design kutatás történeti hététerének azon részére hívta fel a figyelmet, amely szerint az 1960-as évekre datált kezdetek óta egyre inkább széles körben terjedt el alkalmazása az innovációval egyidőben társadalmi és ipari tekintetben. A fejlett országokban a termelés és gyártás irányából a tudásalapú és szolgáltatásokra épülő gazdaság elmozdulást eredményezett, ezzel is növelve az innováció szerepét. Az üzleti világ is hamarosan megnyílt a komplex problémákra kigondolt és alkalmazott új, kreatív és innovatív megközelítés felé (BROWN, 2008). A tervezési gyakorlat megfigyeléséből és vizsgálatából származó bizonyítékok alapján új betekintést és megértést nyújtottak a tervezési gondolkodásomba, valamint mélyebb betekintést kaphattunk abba, hogy a tervezők hogyan hoznak létre új dolgokat és rendszereket (CROSS, 2011). A szakértők, kutatók és döntéshozók felismerték, hogy a szemlélet üzleti kihívások, termékek és szolgáltatások vonatkozásában is hasznosnak bizonyul. Ezzel a megközelítés a design közösségből fokozatos elterjedt más területek, ágazatok irányába is (DORST, 2011). A szemléletmódot gyakran összetett és bonyolult problémák megoldására tartják megfelelő elméleti és gyakorlati megoldásnak. Norman a komplexitásról azt publikálta, hogy az élet akkor szép, ha összetett, tartalmas és abban az esetben okoz elégedettséget, ha érthető, érezhető és értelmes (NORMAN, 2010). Az ügyfél megértése különös fontosságot tölt be a szemlélet gyakorlati alkalmazásakor, amelynek egyik legfőbb követelménye az empátia. Az empátia fázisában ismerjük meg az ügyfelet, az embert, akinek határozott elképzelései, vágyai, problémái, elképzelései és átélt élményei vannak. A probléma ügyfél szempontjából történő megértése és meghatározása elengedhetetlen szempontok (NORMAN, 2013). A kutatás során az ügyfél, az érintett és szolgáltató szerepkör tudatosítása alapvető relevanciával bír, amely a szemlélet alkalmazásának és eredményeinek adaptációjakor egyik legfőbb feltételként definiálható.

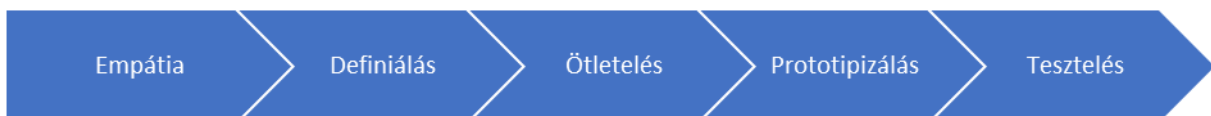
3. Kutatásmódszertan

A felmérés és a teljes projekt során a tervezői szemléletet alkalmaztam, amely holisztikus megközelítésként egy valódi és közvetlen kapcsolatteremtéssel, folyamatos együttműködéssel és érintetti bevonással dolgozza ki az optimális megoldást. A tervezői szemléletet eredeti elnevezésén, design thinking megközelítésként is említjük jelen tanulmányunkban, azonos

jelentéstartalommal. Az érintettek jelen esetben a hallgatók és az oktatók, utóbbiak legtöbb esetben az intézmény átfogó szervezeti egységeinek vezetői. Az érintettek folyamatos és érdemi bevonásával a kutatás túllép egy hagyományos felmérésen és annak egyoldalú, kutatói megítélésén alapuló értékelés készítésén. A kutatás egy kreatív, intuitív, vizuális technikákkal és aktív részvétellel készülő megoldáson alapszik, amely minden résztvevő közös érdeke és sikere, továbbá módszertanilag a gazdaságtudomány egyik modern szemléleti nézőpontjaként is értelmezhető. A kutatás fő kérdése tehát, hogy milyen módon növelhető a műszaki felsőoktatásban hallgatók pénzügyi és üzleti tudatossága, valamint a jelenleg fennálló gazdaság- és társadalomtudományi képzésük ezt milyen mértékben és minőségben segíti elő? A kutatás során különösen nagy figyelmet fordítottam a feltáró fázis empatikus jellegére, amelyet kvalitatív kutatással kívántam megvalósítani a nagyobb létszámú hallgatói mintán és az alacsonyabb megkérdézetti létszámú oktatói mintán. Érintetteknek tehát elsősorban a hallgatókat mint elsődleges ügyfeleket, elsődleges vevőknek pedig a mérnöki oktatásban résztvevő oktató kollégákat neveztem meg, akik véleménye, javaslata és tapasztalata mérvadó információkkal támogatja a kutatás eredményes lefolytatását és egy érdemi eredménytermék előállítását. Az eredménytermék tekintetében fontos volt, hogy nem állítottam fel előre determinált elvárásokat, így sem nem szűkítettem be a lehetőségek körét és terjedelmét egy adott oktatási módszertanra, tantárgyi fejlesztésre vagy új tantárgyak bevezetésére. Ehelyett minden olyan megoldásra és megoldáskombinációra nyitottá váltak az érintettek, résztvevők, amely spontán vagy előre nem tervezhető módon alakulhat ki, megteremtve ezzel a design szemlélet egyik legfontosabb alapkövetelményét: a probléma helyes meghatározását követő ötletelési fázis mennyiségbeli előnyét, azonnal korlátozások és minőségi szempontok beemelése nélkül. A folyamatos és érdemi érintetti bevonást az empátia fázisa mellett minden további fázisban fenntartottam. A design gondolkodás fázisainak kialakításakor a szemlélet által gyakorlatban alkalmazott lépéseket követtem, amelyet az 1. ábra szemléltet.

1. ábra

A tervezői szemlélettel összhangban a kutatás során alkalmazott lépések vizuális bemutatása



Forrás: saját szerkesztés

Az empátia, a megismerés kezdeti szakaszában személyes interjúkat folytattam le. Az interjúk készítésével párhuzamosan elkezdődtek a design megközelítés gyakorlati alkalmazásakor elengedhetetlen, a csapatalkotásra és közös gondolkodásra ösztönző workshopok. A közös alkotás, vizuális ábrázolásokkal teli interaktív technikák az egyéni perspektívák mellett közös célként és sikerként tartották a fókuszot a kutatás célján. A kutatási, értékelő és az ötletet kézzelfoghatóvá tevő prototipizálási fázist követően teszteléssel mértük vissza a közös alkotómunka keretében meghatározott megoldási alternatívák teljességét, hiányosságát. Az eredmény implementációs fázisára a kutatás tesztelését követően kizárólag javaslatot tesz a szerző, konkrét lépések kezdeményezése nélkül. A kutatás lezárásakor minden, a kutatásban résztvevő és döntéshozói jogkörben érintett számára opcionálisan bemutattuk az eredményeket annak érdekében, hogy az eredménytermék megismerése mellett a kutatási módszertant is ismertessük, valamint egy érezhető és lényegi lépést tegyünk a design szemlélet elterjedésének érdekében: az ügyfelek közelebb kerülhetnek a döntéshozói szinthez és részük lehet a megvalósításban az emberközpontú design gondolkodás holisztikus megjelenésével (BROWN, 2009).

3.1. Személyes, félig strukturált beszélgetések

A személyes beszélgetések interjúk keretében zajlottak. Az interjú egy olyan kvalitatív kutatási módszertan, melynek célja egy szisztematikus, irányított beszélgetés keretében feltárni és megérteni a valós és potenciális felhasználói viselkedést, hozzáállást és igényeket. Míg a kvantitatív kutatási módszerek célja az adatok statisztikai jellemzése, addig az interjú mélyebb, árnyaltabb ismeretek megszerzésére irányul. Az interjút jellemzően új termék illetve szolgáltatás bevezetése előtt alkalmazzák az igények felmérésére, valamint a termék illetve szolgáltatás fejlesztése során a felhasználói visszajelzések gyűjtésére. Az interjú egyik formája a félig strukturált interjú, melyre a rugalmasság jellemző, a kötött interjúkérdéseket ki lehet egészíteni más kérdésekkel, illetve fel lehet cserélni a kérdések sorrendjét is (SZOKOLSZKY, 2020).

Az interjúk célja minden esetben az volt, hogy részben irányított témakörök és konkrét kérdések válaszai alapján a kutatási kérdésre adott válaszok az eldöntendő kérdéseken túlmenően feltárják azon élményeket, tapasztalatokat és személyes véleményeket, amelyek egy erősen irányított interjú esetében a szerző feltételezése szerint nem valósult volna meg. A kutatás során a módszertan rugalmassága miatt választottam a félig strukturált formát. Az interjúk 2021. április 27. és május 6. között zajlottak. A hallgatók 20-27 évesek (átlag életkor: 22), huszonhárman jelenleg is az Egyetemen tanulnak, ketten már végeztek. Alapképzésre tizenhárom, míg mesterképzésre tíz hallgató jár.

A félig strukturált illetve strukturálatlan jelleget maga a tervezői szemlélet is támogatja, hiszen saját történekeken és élményeken keresztül mélyebben, empátikusabban megismerhető azok véleménye, attitűdje és perspektívája, akivel a beszélgetést folytatjuk. Összesen huszonkilenc, félig strukturált interjú készült, virtuális térben. Az interjúvázlatok elkészülésekor egy-egy próbainterjút folytattam le annak érdekében, hogy a témakörök logikusan épüljenek fel. A cél az volt, hogy a tématerületet a személyes bevonást követően távolról fokozatosan közelítve tárhassam fel, magát a pénzügyi és üzleti tudatosságot személyes aspektust és elképzelést követően szűkítsem le a felsőoktatásban tapasztalt kapcsolódásokra. A huszonöt hallgatói interjú és négy oktatói interjú időtartama átlagosan egyórás volt. A képzési területek sokszínűségét is le kívántam fedni, a különböző mérnöki képzésben résztvevők aránya viszont nem felelt meg az intézmény egyes képzéseinek hallgatói arányával. Az interjúk résztvevőit az intézmény hallgatói képviselőinek és szakkollégiumainak támogatásával kerestem fel, az interjú önkéntes volt. A kutatás nem volt reprezentatív. Az interjúk vázlata iránymutatást adott az érintendő témákról, meghagyva annak lehetőségét, hogy az interjú vezérfonala közvetlenül maradjon a téma kötelékében, azt – eldöntendő kérdések teljes elkerülésével – az alany saját történetével és elképzelésével töltsse meg, irányítsa és alakítsa. A vázlat minden esetben tartalmazott kötött kérdéseket és felvetésekre irányuló főbb témaköröket, amelyeket a hallgatók esetében az 1. táblázat szemléltet, megbontva a kérdés témaköre és a strukturált jellege szerint. Az interjúk esetében a hallgatókkal és a mérnökképzésben oktatókkal folytatott interjúk vázlata eltérő volt. Az oktatói interjúk esetében a strukturálatlan témakörök kérdései a hallgatói megkérdéseknél némileg nagyobb arányban engedtek kötetlen jelleget. A vázlat strukturált és kötetlen kérdéseinek főbb témaköreit a 2. táblázat szemlélteti. Megfigyelhető a táblázat elemeiből is, hogy az oktatókkal folytatott interjúk esetében közvetett élményekre és tapasztalatokra irányult a megkérdés, hiszen a felmérés egy aktuális jelenkori állapotra utalnak, amelyről ezen megkérdettek csakis közvetetten szerezhetnek tudomást.

Az interjúk elemzésének módszertanát illetően egy tartalomelemző szoftver segítségével tártuk fel azokat a mélyebb összefüggéseket, amelyeket a kvalitatív típusú felmérésekben a probléma pontos okának, valamint az erre megoldásul szolgáló javaslat pontosságát és sikerét hivatott támogatni. A tartalomelemzést legtöbbször szöveg elemzésére használják, mely során egy kódrendszer alapján egyes közlésegyégeket — az interjúink esetében ez az interjúalany válasza egy kérdésre — kódolunk, azaz kategorizálunk egy kódrendszer alapján. A

tartalomelemzés képes számszerűen is jellemezni egy-egy téma említési gyakoriságát, ezáltal kijelölni a hangsúlyokat az interjú feldolgozás során. Általában nagyszámú interjú esetén érdemes alkalmazni (BABBIE, 2003). A tartalomelemzés négy lépése során először kiválasztjuk a feldolgozni kívánt szöveget, amely jelen esetben az interjúk átiratai. Ezt követően kialakítjuk a kódolási kategóriákat, azaz a kódrendszert. A tartalomelemzés során a kódrendszerünk kialakítása egy iteratív folyamat volt, első körben meghatároztuk a főbb kódokat az interjúkérdések alapján (3. táblázat), ezt követően pedig az első tíz interjú alapján kialakítottuk az alkódokat is. Ezután jött létre a végleges, 17 kódból és az ezekhez tartozó 15 alkódból álló kódrendszer, amelyet a teljes interjúanyag elemzéséhez használtam (4. táblázat).

1. táblázat

Az interjúk strukturált és strukturálatlan elemei témakörben, a hallgatói megkérdések vonatkozásában

Elem jellege	Kérdés témaköre
strukturált	Demográfiai alapadatok
strukturált	Pénzügyi tudatosság mértéke
strukturált	A pénzügyi-üzleti ismeretek forrása arányokkal
strukturált	Gazdaság- és társadalomtudomány tantárgyak megítélése a mértéket és időzítést tekintve
strukturált	Az eddig oktatott gazdaság- és társadalomtudományi tárgyak megnevezése, tematikával
strukturálatlan	A megkérdezett jövőképe, célzott szakmai pályafutása
strukturálatlan	Pénzügyi tudatosság megfogalmazása, elérni kívánt célmérték szubjektív megfogalmazás
strukturálatlan	Gazdaság- és társadalomtudomány tantárgyak megítélése a minőséget tekintve
strukturálatlan	Hallgató választott képzésével kapcsolatos elvárások teljesülése
strukturálatlan	Pénzügyi-üzleti tudásanyag elsajátításával kapcsolatos preferenciák
strukturálatlan	A képzésben tapasztalt élmények, tapasztalatok rövid és hosszabb leírása
strukturálatlan	A megkérdezett egyéni preferenciája a pénzügyi-üzleti képzési módszerre, oktatási jellegre, platformra és számonkérésre vonatkozóan
strukturálatlan	A megkérdezett egyéni fejlesztési javaslatai saját tapasztalataira

Forrás: saját szerkesztés

2. táblázat

Az interjúk strukturált és strukturálatlan elemei témakörben, az oktatói megkérdések vonatkozásában

Elem jellege	Kérdés témaköre
strukturált	Oktatói besorolás és oktatói tevékenységgel kapcsolatos alapadatok
strukturált	Pénzügyi tudatosság mértéke
strukturált	A pénzügyi-üzleti ismeretek forrása arányokkal
strukturált	Oktatott tárgyak megnevezése, tematikával
strukturálatlan	Pénzügyi tudatosság megfogalmazása
strukturálatlan	Mérnökoktatással kapcsolatos attitűd
strukturálatlan	Nem mérnökoktatással kapcsolatos attitűd
strukturálatlan	Pénzügyi tudatossággal és üzleti szemlélettel kapcsolatos vélemény
strukturálatlan	Gazdaság- és társadalomtudomány tantárgyak megítélése a minőséget, mennyiséget és időzítést tekintve
strukturálatlan	Pénzügyi-üzleti tudásanyag elsajátításával kapcsolatos preferenciák
strukturálatlan	A képzésben tapasztalt közvetett hallgatói élmények, tapasztalatok leírása
strukturálatlan	A megkérdezett egyéni preferenciája a pénzügyi-üzleti képzési módszerre, oktatási jellegre, platformra és számonkérésre vonatkozóan
strukturálatlan	A megkérdezett egyéni fejlesztési javaslatai, ötletei

Forrás: saját szerkesztés

3. táblázat

A tartalomelemzés során kialakított kódrendszer első változata és kapcsolódó vizsgálati szempontok

Kódok elnevezése a szoftverben	További vizsgálati szempontok
Képzés múltbeli elképzelés, elvárások teljesülése	pozitív és negatív eltérések
Intézmény választás oka	az opciók nevesítése, arányosítása
Nem mérnökképzés kurzus mértéke	gazdasági, társadalomtudományi és egyéb tárgyak vonatkozásában
Pénzügyi tudatosság egyéni/subjektív jelentés	gyakran előforduló szempontok, elemek
Pénzügyi tudatosság vélemény önmagáról	meglévő tudás származásának aránya és tájékozási pontok
Pénzügyi tudatosság kapcsolódási pont a mérnökszakkáival	szakmai és magánéleti aspektus
Pénzügyi ismeretek – egyetemi tapasztalat a múltban	pozitív és fejlesztendő javaslatok, tovább-bontás lehetőségével

Forrás: saját szerkesztés

4. táblázat

Az interjúk elemzéséhez használt kódrendszer bemutatása

	Kód	Alkód	Előfordulás száma (hallgatói interjúk)
1.	Jövőbeli tervek a képzés elvégzése után		24
2.	Múltbeli elképzelés a BME képzésről	Pozitív eltérés	16
		Negatív eltérés	9
3.	BME választás oka	Hírnév	14
		Budapest	10
		Család/ ismerős ajánlás	9
		Személyes érdeklődés	6
4.	Hasznos kurzusok általános jellemzői		34
5.	Felesleges kurzusok általános jellemzői		27
6.	Nem mérnökképzés kurzusok	Pozitív tapasztalat	28
		Negatív tapasztalat	24
		Mértékének megítélése	18
7.	Pénzügyi tudatosság szubjektív jelentése		25
8.	Pénzügyi tudatosság – a hallgató véleménye önmagáról		45
9.	Pénzügyi tudatosság kapcsolódási pontok	Szakmai	34
		Magánéleti	11
10.	Pénzügyi tudatosság egyéni motiváció		21
11.	Pénzügyi tudatosság – tájékozási pontok egy felmerülő kérdés esetén		32
12.	Pénzügyi tudatosság – jelenlegi tudás származásának aránya		22
13.	Pénzügyi ismeret kurzus – pozitív egyetemi tapasztalatok		18
14.	Pénzügyi ismeret kurzus – fejlesztési javaslatok	Gyakorlatiasság	36
		Tartalmi, formai változtatások	33
		Referenciaszemély	16
		Időzítés	8
15.	Pénzügyi ismeret kurzus - jövőbeli platform, forma, módszer		35
16.	Döntési szempontok egyetemi szabadon/kötelezően választható tárgyknál		24
17.	Általános döntési szempontok egyetemen kívüli képzésnél		22

Forrás: saját szerkesztés

A tartalomelemzés harmadik lépése a kódolás, azaz a közlésegyeségek kategóriákba sorolása. A kódolás során egyesével elemeztük az interjúk szöveges leiratait az általunk létrehozott kódok alapján, majd összesítettük az így kapott eredményeket. A kódolás során a hallgatói és az oktatói interjúkat is elemeztük, azonban számszerűen a hallgatói interjúk adatait mutatjuk be. Az interjúkat az ATLAS ti. tartalomelemző szoftverrel elemeztük. A kódalapú, elemépítő program egyszerre jeleníti meg a szöveget, illetve a képernyő oldalán a hozzátartozó kódokat. Az automatikus kódolási funkcióján túl, megjelöli az adott szavak különböző formáit vagy adott szókatagóriákat tartalmazó szövegrészeket, továbbá a kutatást végző is eszközölhet megjelölést, így feltárhatjuk a mélyebb összefüggéseket

A tartalomelemzés fontos eleme a kódok számszerűsítése, gyakoriságuk meghatározása, ezt a kódrendszerrel együtt tehát a 4. táblázatban közlöm. Az utolsó lépés az elemzés és az értelmezés, amelyet a 4.1. Interjú eredmények fejezetben fogom megtenni.

3.2. Közös alkotást, együttműködést célzó műhelymunkák

A beszélgetések elemzésén túlmenően hat alkalmas mérnökhallgatói műhelymunkát vagy elterjedt angol kifejezésén kifejezve workshopot is szerveztem csapatonként hét-hét hallgatóval illetőleg résztvevővel, ahol egyenként kétórás alkotómunka keretében online formában gondolkodunk, elemzünk, alkotunk a legjobb problémameghatározáson, ötleten, megoldási vázlaton. A csapatmunka során egy online platformot, a miro elnevezésű szoftvert használtuk, amely egyidejűleg képes a közös vizuális alkotásra, aktív jelenlét megvalósításra a legtöbb design technika alkalmazását is támogatva. A három workshop témáját az 5. táblázat foglalja össze, amelyben látható az 1. ábrán is feltüntetett folyamatok lépései azaz a design szemlélet kapcsolódó fázisa a jobb oldali oszlopban, kiegészülve adott workshop témájával.

5. táblázat

A workshopok témája és kapcsolódások a design gondolkodáshoz kapcsolt fázishoz

A workshop sorszáma	A workshop témája	A design szemlélet kapcsolódó fázisa
Workshop 1.	A kihívás és a probléma meghatározása	Empátia, definíció
Workshop 2.	Ötletelés, ötletek prioritizálása	Ötletelés
Workshop 3.	Prototipizálás	Prototipizálás, tesztelés

Forrás: saját szerkesztés

6. táblázat

A workshopok témája és kapcsolódások a design gondolkodáshoz kapcsolt fázishoz

A workshop témája	A design szemlélet kapcsolódó fázisa	Alkalmazott főbb technika
Kihívás- és probléma meghatározás	Empátia, definíció	Empátiatérkép, perszónaalkotás, érintetti (stakeholder) térkép, hogyan tudnánk (how might we) kezdetű kérdéssel a probléma megfogalmazása
Ötletelés	Ötletelés	Ellentétes gondolkodás, önálló és csoportos ötletelés, prioritizálás
Prototipizálás	Prototipizálás, tesztelés	Prototípuskészítés vizuális technikákkal, online térben

Forrás: saját szerkesztés

A workshopok során a design gondolkodás gyakorlati módszertanának, eszköztárának technikáit használtuk fel. A technikák megnevezését a szemlélet fázisához és a workshop témájához kapcsolódóan a 6. táblázat mutatja be. A táblázat az 5. táblázat elemein túlmenően már a tervezői szemlélet gyakorlati megközelítésekor alkalmazott technikákat is bemutatja. A táblázat egy-egy sora a műhelymunkák sorszámának felel meg.

A megoldás-tervezetet tíz hallgató bevonásával teszteltük is utolsó fázisként, ezzel is visszamérve a kutatás eredménytermékének hatékonyságát és rámutatva a fejlesztendő, hiányos területekre. A tesztelést online formában, élő beszélgetés keretében, irányított kérdésekkel végeztük el.

4. Eredmények és következtetések

A kvalitatív kutatás egyrészt újszerű megközelítést hozott egy korábban zárt, jellemzően közvetett hallgatói visszajelzésekre épülő szolgáltatói rendszerbe a közvetlen kollaboráció, együttműködés és véleménynyilvánítási forma beemelésével. Önmagában a személyes beszélgetések, válaszok és élmények megosztása pozitív hatást gyakorolt a felek együttműködésére, hiszen az empátiára, a mély megértésre törekvés az ügyfélben azaz a hallgatóban és az ügyfélként definiált vezető oktatókban is bizalmat kelt. A módszertan megismeréséhez és az intézményen belüli alkalmazásának ösztönzéséhez a bevonás, a kollaboráció külön lényeges elem volt, hiszen a workshopok keretében azon hallgatók alkottak a megoldás érdekében, akik közvetlen érintettjei magának az oktatási szolgáltatásnak. Az ügyfelek, vagyis a hallgatók és közvetetten a mérnökarok oktatóinak igényét, céljait, motivációját és feladatait a közelükben, mellettük, velük közösen gondolkodva volt szükséges tanulmányozni annak érdekében, hogy egy számukra biztosan elfogadható alternatíva kerüljön később implementációra. Az interjúk beszélgetések egyik fontos eredménye, hogy a megkérdezettek és a résztvevők különböző képzési fókuszterülete ellenére kirajzolódott olyan mintázatok, amelyek érdemi kiindulópontot és alapot adtak a továbbgondolódásnak. Ezen mintázatokot a 4.1 pontban részletezem.

A műhelymunkák vonatkozásában a workshopokon alkotott vizuális technikákból szemléltetnek az ábrákon a következtetések levonásával együtt, a 4.2 pontban.

4.1. Interjú eredmények - a hallgatókkal folytatott interjúk eredményterméke, az oktatói interjúk eredményeivel kiegészítve

Az eredményeket a kódrendszerhez, valamint azokból kialakított lényeges szempontok szerint kategorizálva készítettem el, azonban jelen fejezetben a kutatási kérdés megválaszolása szempontjából a leginkább szignifikáns eredményeket ismertetem. Az egyes leírásokat szó szerinti idézetekkel színesítem a könnyebb megértés és egyfajta demonstráció részeként.

A megkérdezett hallgatók leginkább azokat a kurzusokat tartották hasznosnak, amelyeket szakmai szempontból értékesnek érezték, attól függetlenül hogy mennyire volt nehéz teljesíteni a kurzust. *„Szerintem én találtam általában az oktató miatt kedvelek meg egy tárgyat... Az látszik, hogy ha valaki szereti azt, amit csinál ...”*

Az interjúk során megkérdezett hallgatók leginkább akkor tartottak feleslegesnek egy kurzust, amikor a kurzus tartalma túlságosan mély volt vagy nem kötődött a korábban tanultakhoz.

„...Ezért inkább azt mondom, hogy az a mélység, amennyiben használjuk meg megtanuljuk az annyira nem fontos. Nyilván az fontos, hogy értsük, hogy mi van mögötte, de hogy nagyon mélységes az, amibe bele megyünk.”

A mérnökképzéshez nem szorosan kapcsolódó kurzusokat akkor ítélték meg leginkább pozitívan a hallgatók, amikor úgy gondolták, hogy azok hasznosak lesznek számukra a későbbi munkahelyükön, illetve a szakmai céljaik elérésében. Ezen kívül, néhányan megemlítették, hogy az általános szemlélettágítást is fontosnak tartják egy mérnök életében.

„Én az egész egyetemre úgy tekintettem, hogy az ez egy út, és nem is a végcél...”

Negatív tapasztalat a mérnökképzéshez nem szorosan kötődő kurzusoknál, hogy a hallgatók nem látták az adott kurzus értelmét, jövőbeli hasznát. Ezen kívül néhányszor említésre került, hogy nem gyakorlatias vagy túlzottan mély az adott kurzus, amivel kapcsolatban negatív tapasztalatuk volt. A mértékét illetően *„A mennyiség az talán pont elég, viszont a tartalom talán lehetne más.”*

A pénzügyi tudatosságot a megkérdezettek elsősorban a személyes, magánéleti pénzügyeikhez kötik, de néhányan említették a téma vállalati kötődését is. A pénzügyi tudatosság fogalma leginkább a bevételekkel, költségekkel való tudatossághoz, tervezéshez és a saját pénzügyek feletti kontrollhoz, valamint a pénz beosztásához, a költségek monitorozásához, és a spóroláshoz

kötődik. Ezen kívül felmerült még a pénzügyekben való naprakészség és, hogy valaki tisztában van a saját lehetőségeivel.

„Hogy valaki a pénzügyeit kontrollálja, tehát, hogy van kontroll a pénzügyei felett. Nem meglepődik a dolgokon, hanem irányítja azt.”

Összességében a megkérdezettek fele tartja magát pénzügyileg tudatosnak, míg a másik fele kevésbé tudatosnak. Akik tudatosnak tartják magukat, ők odafigyelnek a pénzügyi beosztására és a megtakarításokra. 25-ből 14 interjúalany számszerűsítette 1-5-ös skálán, hogy mennyire tartja magát pénzügyileg tudatosnak. A válaszok legalacsonyabb értéke 1, legmagasabb értéke 4, átlaga 3,107.

Érdekes ellentmondás is van a válaszokban, az alapján, hogy a válaszadók mit értenek pénzügyi tudatosság alatt. Van, aki azért tartja közepesen tudatosnak magát, mert nem tudná menedzselni egy cég pénzügyeit, míg más nagyon tudatosnak tartja magát, mert megfontoltan költ.

Akik kevésbé tartják magukat tudatosnak, ők inkább a meggondolatlan költségek és a megtakarítás hiánya miatt gondolják ezt.”

„Őszintén szólva semennyire, az összes pénzt, amit kapok, azt pont beosztom a hónapra és következőt várom csak, szóval nem nagyon sikerült eddig beosztani a dolgaimat.”

Szakmai szempontból a legtöbb válaszadó kiemelte, hogy rendkívül fontosnak tartja a pénzügyi tudatosságot és a gazdasági ismereteket egy mérnök életében. Elsősorban az ipari tervezési munkáknál fontos gazdasági szempontokat hangsúlyozták, de többen kiemelték, hogy a pénzügyi tudatosság egy későbbi vezetői pozícióban is fontos. Néhányan azt is említették, hogy fontos számukra a „saját piaci értékük” meghatározása, hogy ezt megfelelően tudják képviselni egy bértárgyalási helyzetben. A pénzügyi tudatosságot szakmailag kulcsfontosságúnak tartják a megkérdezett oktatók is. *„Hát igazából a pénzügyet és a kereskedelmet nem lehet elkerülni, vagy nem lehet figyelmen kívül hagyni...”*

Egyéni motivációjukat tekintve a megkérdezett hallgatók főként a személyes, hétköznapi pénzügyekben szeretnének fejlődni: költségvetés tervezésben és alapvető fogalmak megértésében, pl. adózás, hitelek. Ezen kívül a különböző befektetési lehetőségek iránt is érdeklődnek, kiemelten a részvények iránt. Ezen túl többen említették, hogy szeretnének egy naprakész általános tudással rendelkezni. Többen mondták, hogy egyéni vállalkozói munkában vagy saját vállalkozásban gondolkodnak, ezért ezeken a területeken is szeretnének fejlődni.

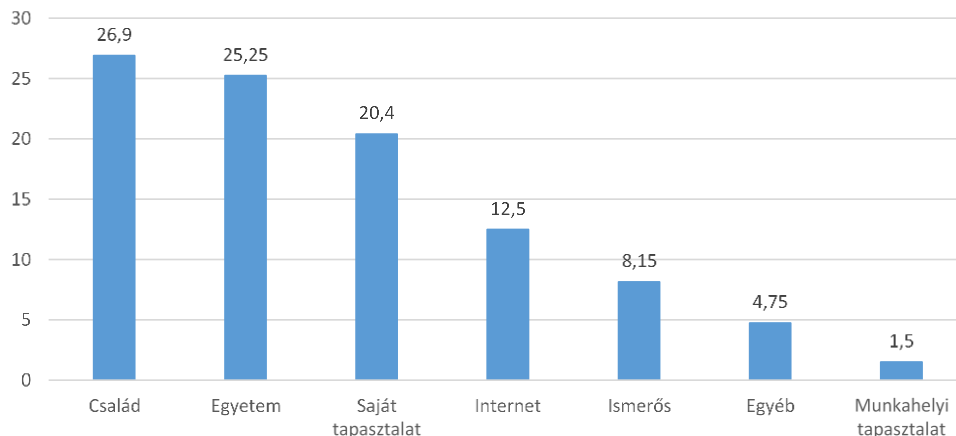
„Szeretnék ... közepesen tájékozottnak lenni ilyen ügyekben, mert azt még nem nagyon értem, hogy hogyan lehet hitelt fölvenni hogyan kell törleszteni. Hogyan lehet ezekkel a megoldásokkal élni, ami szerintem nagyon fontos lehet, főleg, hogyha valaki egy egyéni vállalkozást akar indítani, vagy milyen lehetőségei vannak az embernek, hogyha ilyet szeretne. Szóval ilyen meg, hogy hogyan kell adózni.”

Pénzügyi kérdésekben a megkérdezettek többsége elsősorban internetes forrásokból, a családjától és a barátaitól informálódik, de néhányan más hiteles szakmai forrásból: könyvelőtől, az egyetemi oktatóktól vagy az ajánlott irodalmakból is tájékozódnak.

A jelenlegi pénzügyi tudatossággal kapcsolatos tudás származásánál a hallgatók a saját tapasztalatot, a családot és barátokat, az egyetemet, az internetet és egyéb forrást (legtöbbször szakkollégium) jelölték meg. 14 hallgató válasza alapján a hallgatók elsősorban a családjuktól és az egyetemen, valamint saját tapasztalatból szerzik meg pénzügyi ismereteiket. A válaszok átlagait a 2. ábrán, oszlopdiagramon szemléltetem.

2. ábra

A pénzügyi tudás megszerzésének aránya az egyes forrásokból (%)



Forrás: saját ábra

A megkérdezett hallgatók pozitív tapasztalatai a pénzügyi ismereteket nyújtó kurzusokkal kapcsolatban, hogy ha energiát fektetnek bele, akkor hasznosak lesznek számukra a megtanult ismeretek. Többen kiemelték, hogy az egyes oktatók szakmai lelkesedése és előadásmódja meghatározó tényező volt számukra. A megkérdezett oktatóknak is pozitív tapasztalatai vannak a pénzügyi ismeret kurzusokkal: a kínálatot szélesnek találják és az oktatók hozzáállását is pozitívan értékelik. *„Szerintem egyébként, minden mérnök rájön, főleg a képzés végére, hogy sokkal több szükségünk menedzsmentre és pénzügyi tudásra, mint amennyit eddig kaptunk...”* Gyakorlatiaság tekintetében a megkérdezettek legfontosabb fejlesztési javaslata Pénzügyi ismeretszerzésre irányuló egyetemi kurzus vonatkozásában, hogy az egyes kurzusoknál fordítsanak kiemelt figyelmet az oktatók a mérnökökhöz kapcsolódó szakmai példák bemutatására. Ezen kívül fontos gyakorlati kapcsolódási pontok lehetnek a hétköznapi pénzügyi témák is. Ezzel a megkérdezett oktatók is egyetértenek, fontosnak tartják, hogy a kurzusok tartalma minél inkább gyakorlatias legyen.

Pénzügyi ismeretszerzésre irányuló egyetemi kurzussal szemben elvárt tartalmi, formai elvárásokkal kapcsolatban a megkérdezett hallgatók a következőket emelték ki: az előadások mellé, kisebb csoportos gyakorlatokat iktatnának be, számolással. A megkérdezett oktatók is el tudnak képzelni olyan általános pénzügyi ismeretekkel kapcsolatos új kurzust is, amely az alapvető, inkább magánéletben hasznos pénzügyi ismeretek megszerzésében segíti a hallgatókat (például: hitelfelvétel, takarékoság, befektetések). Egy oktató említette, hogy sok gazdasági kurzus közül választhatnak a hallgatók, és jobban kellene segíteni őket a számukra megfelelő kurzusok kiválasztásában. *„Egyébként a projektek is szerintem jók lennének, kapnánk egy házi feladatot és csoportmunkában a félév végéig meg kellene csinálni. Egy valódi életből vett példát ilyen mérnöki életből, hogy gazdasági szempontól megvizsgálni.”*

„Valami gyakorlat szerintem lehetne, lehetne valami olyan tárgy, ahol számol az ember és talán az közelebb hozná kicsit a dolgokat, mert én azt figyeltem meg legalábbis, hogy ugye, aki mérnök az nagyon szeret számolni, vagy ha nem is szeret számolni se ahhoz van szokva, hogy számol és neki az a tanulás...”

Referenciaszemély vonatkozásában a megkérdezettek többsége fontosnak tartja, hogy számukra szakmailag közel álló, hiteles személyek (vendégelőadók) is részt vegyenek az egyes kurzusok oktatásában. *„Ha egy olyannal beszélgetnénk, aki ezen a szakon végzett vagy régi hasonló szakon és ő a munkaiparkban dolgozik, neki biztos hinnék...”*

Pénzügyi ismerettel kapcsolatban a legtöbb megkérdezett egy hibrid oktatási formát képzel el, online előadást, személyes gyakorlattal, valamint néhányan említették a workshop és a tréning formát is. Az online megoldással kapcsolatban a rugalmasságot és a visszánézhetőséget emelték

ki előnyként. Az oktatók a gyakorlatokon fontosnak tartják a csoportos munkaformát és a számításhoz vagy szimulációs példákra való gyakorlást. Az előadások és gyakorlatok teljesítését is lehetőleg csoportos munka vagy projektmunka formájában képzelik el, úgy gondolják, hogy ebben a formában lehetne a legközelebb hozni a tananyagot a hallgatókhoz. Ezen kívül felmerült még az iparral való szorosabb együttműködés a tárgyak teljesítésekor, önálló munka keretében.

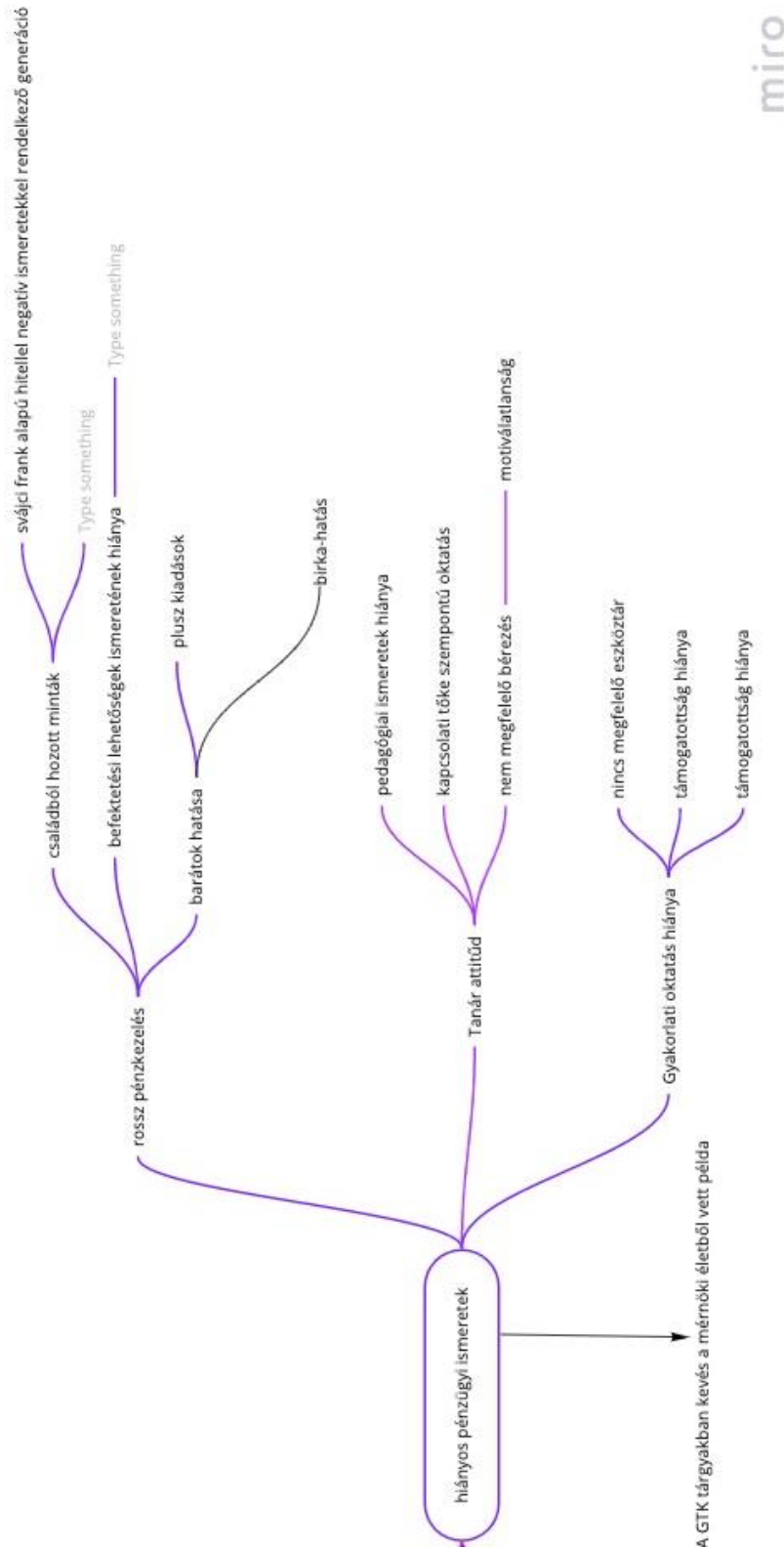
4.2. A workshopok eredményei

Sikeres volt az a módszer, amely szerint a hat alkotói csoport összeállítása vegyesen, ismerettségű és résztvevői igényektől mentesen történt, így a design gondolkodás és egyúttal a szolgáltatástervezés egyik fontos elve is megjelent: a kollaboráció. A szolgáltatásban résztvevők közösen teremtik meg az értéket (angol elnevezésén: value co-creation), másrészt többféle érdeklődéssel rendelkező résztvevők közös gondolkodása (angol elnevezésén: collaboration) jellemzően lebonja adott átfogó szervezeti egységek silószerű felépítését és a korlátokat. Az egyéni interjúk során a hallgatók többsége más képzésben résztvevőkkel közös csapatban is részt venne a vizsgált pénzügyi és üzleti ismereteinek elsajátítása során, amely tény szintén a közös gondolkodás és értékteremtés relevanciájára hívja fel a figyelmet.

Az oktatási szolgáltatás minden más szolgáltatáshoz hasonlóan a közvetlenül és közvetetten érintett ember élményére alapszik, amely magában foglalja a szolgáltatástervezés, a -nyújtás és a -fejlesztés fázisait is. Felismerve azt, hogy nem kizárólag a közvetlen ügyfél, azaz a hallgató befolyásolja a szolgáltatás sikerét, az oktatókat is bevontuk a kutatásba. További terveink között szerepel olyan szignifikáns szereplők integrálása a kutatás további lépéseibe, mint az oktatásszervezők és a vállalati szféra szereplői, döntéshozói, utóbbiak mintegy vevőként vagy ügyfélként is értelmezve. A workshopok tematikája és az iteratív alapelvnek megfelelően kisebb, egymást követő kis lépésekben haladt előre, amellyel az elért eredmények, a kigondolt ötletek rövid időn belül visszamérhetőek és javíthatóak, újragondolhatóak voltak. Ezáltal a résztvevők képesek voltak a visszajelzésekből, újabb gondolatokból a korábbiakon finomítani, mindinkább hatékonyabb és eredményesebb megoldás irányába elmozdulni. A design gondolkodás sajátossága a szekvenciális, egymást követő logikus lépésekből áll, amelyre utalást tesz az 1. ábra, az 5. és a 6. táblázat bizonyos oszlopa is. A mély megismerést követő fázist a probléma pontos megfogalmazása követett, majd az ötletelési fázisban legjobban ítélt alternatívákat kézzelfoghatóvá tettük egy vagy több prototípussal, amelyre már érdemi visszajelzést kaphattunk a tesztfázis keretében valósi hallgatóktól. Az ötletek tesztelését a megalkotott prototípusokkal azok körében végeztük el, akiktől gyakorlatilag az ötletek származnak, így azonnal érkezik feléjük visszajelzés ötletük értékes és hasznos jellegéről.

A workshop a design gondolkodás gyakorlati, kreatív technikák alkalmazásával valósult meg, minden esetben. A miro szoftver online térben is biztosítja az egyidejű, közös munkavégzést, interaktivitást és megőrzi az aktivitást. A 3. ábrán az egyik alkotó csoport által közösen készített empátia térkép mutatja be a spontán gondolkodás vizuális megjelenítését.

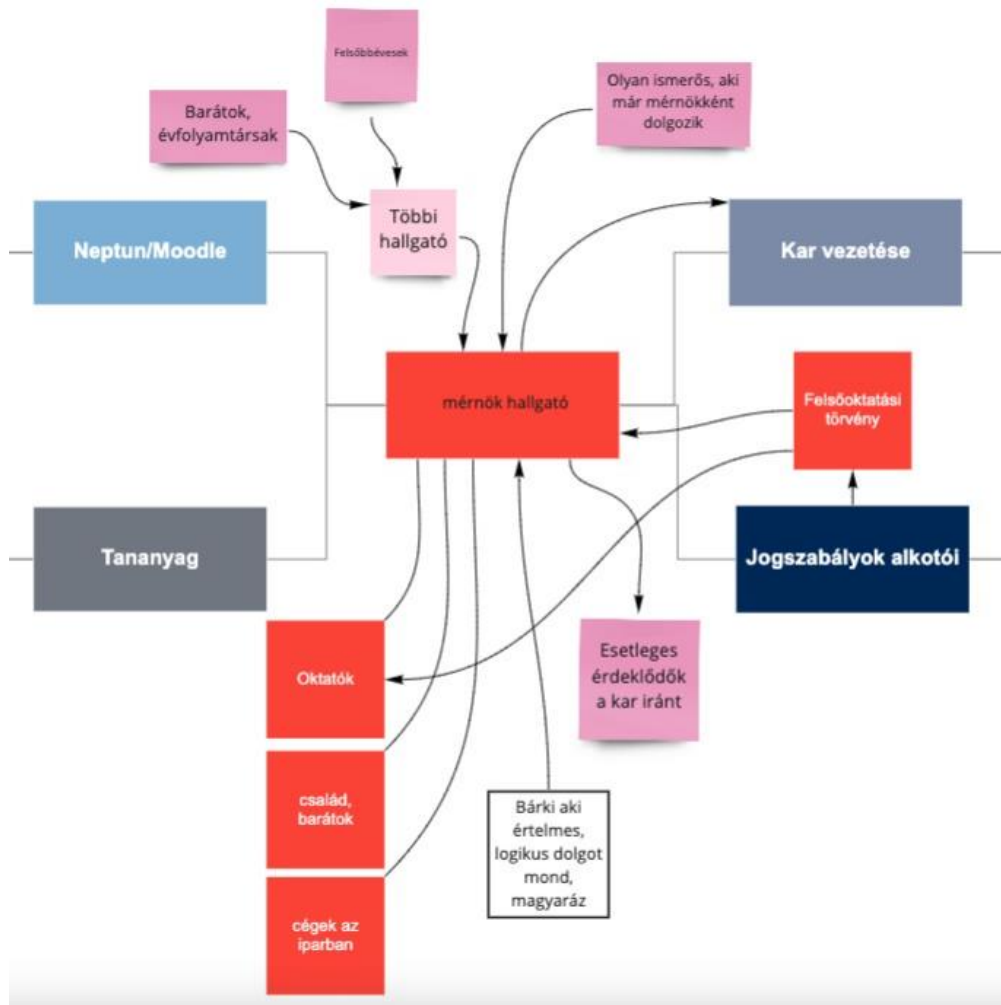
4. ábra
A mérnökhallgatók gondolati térképe (mind map) a hiányos pénzügyi ismeretek gyökérokát bemutatva



Forrás: saját szerkesztés a hallgatók által megalkotott formában, miro.com

5. ábra

A mérnökhallgatók érintetti térképe (stakeholder map) a kapcsolatok szemléltetésével



Forrás: saját szerkesztés a hallgatók által megalkotott formában, miro.com

4.3. Az eredmények összefoglalása és a kutatási kérdés megválaszolása

Az 1. pontban is bemutatott kutatási kérdésem a következőképpen került megfogalmazásra. Milyen módon növelhető a műszaki felsőoktatásban hallgatók pénzügyi és üzleti tudatossága, valamint a jelenleg fennálló gazdaság- és társadalomtudományi képzésük ezt milyen mértékben és minőségben segíti elő?

A kutatási kérdésre az eredmények ismeretében és a 4. pontban megfogalmazottakat összefoglalva három releváns tényező figyelembevételével válaszolok. Gyakorlatias példák és feladatok mellett a kurzusokon a konkrét hasznosság hangsúlyozása és a referenciaszemélyek bevonása javasolt a hallgatók pénzügyi tudatosságának növelése érdekében. A jelenlegi oktatás részben képes elősegíteni igényeik szerinti tudásanyag elsajátítását. Összefoglalásként megállapítható, hogy a pénzügyi tudatosság fejlesztését célzó egyetemi vagy más formájú kurzusok esetén is a legfontosabb, hogy a hallgatók „közel érezzék magukhoz” a kurzust és az azonnali gyakorlati hasznosság megfogalmazása által könnyen tudjanak kapcsolódni hozzá.

4.4. A kutatás korlátai és a mérhetőség kérdésköre

A kutatás korlátjaként említendő meg, hogy a felmérések között a szerző a megfigyelés módszertanával is szeretett volna élni, de tekintettel a pandémiás helyzetre ezt egyik képzésben résztvevő gazdasági- vagy társadalomtudományi tantárgya esetében nem tudta megtenni.

Különösen releváns lehetett volna a jelenléti oktatásban megfigyelhető sajátosságok és tapasztalatok begyűjtése, naplózása, amelyek az elmondottakon túlmenően objektív önálló kutatói benyomás szerzésére is lehetőséget teremtettek volna. A design szemléletben a megfigyelés és naplózás különösen fontos szerepet tölt be, ezzel az elvárt minőséget időszakonként minden, a szolgáltató fél szerepét betöltő érintett saját személyes élményként szerezhet közvetlen tapasztalatot az ügyfél — vagyis ez esetben a hallgatók — mindennapjaikról. A megfigyelés lehetőséget teremt továbbá közvetlen és személyes kapcsolatfelvételt és azonnali visszamérést a kérdéses szolgáltatásról, ez esetben egy tantárgyi oktatási tematikáról, módszertanról, számonkérésről. A kutatás során külön kérdésként és felvetéssel élt a szerző a minőséget visszamérő módszerek, az elégedettséget és elégedetlenséget tükröző lehetőségek és azokról alkotott véleményekről. A résztvevők és megkérdezettek megosztották a jelenleg rendelkezésre álló platformokról alkotott véleményüket, amely szerint alapvetően megfelelőek. Érdemes hozzátenni, hogy a visszamérések áttekintésével, felhasználásával és következményekkel kapcsolatban már szkeptikusabbak az ügyfelek avagy a hallgatók. A minőséget visszamérő módszerek, és ezzel párhuzamosan a design thinking megközelítés egyik, ha nem a legnagyobb kihívása a mérhetőség, különösképpen az élmények „vásárlás” vagy „fogyasztás” utáni azonnali mérésére. A mielőbbi visszacsatolás lényege, hogy mielőbb beavatkozhasson a szolgáltatást nyújtója, így megelőzve az elégedetlenséget és szolgáltatóváltást. Ez abban az esetben is releváns, ha a szolgáltató egyedi vagy monopol helyzetben nyújtja a szolgáltatást. A romló vagy nem az elvárásoknak megfelelő szolgáltatás negatív hatást gyakorol az imázsra.

5. Összefoglalás

Az első és legfontosabb az a pillanat, amikor egy szervezet felismeri, hogy ő egy szolgáltató és ügyfelei vannak. Felismeri továbbá, hogy ügyfeleinek igényei, megoldandó problémái, vágyai, önálló értékrendje, motivációja és kialakult véleménye van, utóbbit pedig megosztja az általa használt platformokon, embertársaival, akikre véleménye hatással lesz. A hatás közvetlenül kihat magára a szolgáltatóra, akinek imázsa ezen benyomásokból, hallomásokból és meggyőződésekéből áll. A szolgáltatónak tudomásul kell vennie, hogy az ügyfél egy bizonyos értéket szeretne kivenni abból a szolgáltatásból, amelyet igénybe vesz. Az értékajánlat az egyik legfontosabb információ, amivel tisztában kell lennie a szolgáltatónak, hiszen ezt adja át, ezt képviseli és ez egyúttal a küldetése. Az értékajánlat nem csupán az ügyfeleknek, külső szereplőknek szól, de a szervezet azaz a szolgáltató saját munkatársainak és partnereinek is arról, hogy milyen célok mentén kell a szolgáltatást támogató folyamatokat felépíteni. A tanulmányban ismertetett workshop és interjú kutatások eredményei is ilyen értékajánlatokat fogalmaznak meg. Összességében a kutatások eredményei egy irányba mutatnak. A pénzügyi tudatosság fejlesztését célzó egyetemi vagy más formájú kurzusok esetén is a legfontosabb, hogy a hallgatók „közel érezzék magukhoz” a kurzust és az azonnali gyakorlati hasznosság megfogalmazása által könnyen tudjanak kapcsolódni hozzá. Ezzel kapcsolatban a kutatás eredményei alapján szükségük van arra, hogy a tananyag tartalma gyakorlatias legyen, a különböző példák és feladatok szakmailag közel álljanak hozzájuk. Kulcsfontosságúnak tartják a kurzus legelején az ismeretek konkrét kézzelfogható hasznosságának bemutatását. Ezt a hallgatóság szakterületéhez tartozó referenciaszemélyek bevonásával képzelik el, akik ismertetik, hogy a gyakorlati, mindennapi munkájuk során mire használják a pénzügyi ismereteket.

6. Irodalomjegyzék

- Babbie, E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest.
- Brown, T. (2008): Design thinking. Harvard business review (6) 84-92
- Cooper, R. (2019): Design research – Its 50-year transformation. Design Studies 65, 6.17.
- Cross, N. (1982): Designerly ways of knowing. Design Studies 3 (4) 221-227.
- Cross, N. (2004): Expertise in design: an overview. Design Studies 25 (5) 427-441.
- Dorst, K. (2006): Design problems and design paradoxes. Design Issues 22 (3), 4-17.
- Norman, D. (2010): Living with Complexity. MIT Press, Cambridge.
- Norman, D. (2013): The design of everyday things. Basic Books, New York.
- Papanek, V. (2005): Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. Academy Chicago Publishers, Chicago.
- Plattner, H. – Meinel, C. – Leifer, L. (2016): Design Thinking Research, Making Design Thinking Foundational. Springer, Heidelberg.
- Rowe, P. G. (1991): Design thinking. MIT Press, Cambridge.
- Schön, D. A. (1995): The reflective practitioner: how professionals think in action. Taylor & Francis Ltd., United Kingdom.
- Simon, H. A. (1996): The Sciences of the Artificial. MIT Press, Cambridge.
- Szokolszky, Á. (2020): A pszichológiai kutatás módszertana. Osiris Kiadó, Budapest.