

MUNKAHELYI NYELVHASZNÁLAT AZ ÉSZAKNYUGAT-DUNÁNTÚLI RÉGIÓ VÁLLALATAINÁL

LANGUAGE USE IN THE WORKPLACE AT THE COMPANIES IN THE WEST TRANSDANUBIAN REGION

ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA LÍVIA¹–TOMPOS ANIKÓ²–KECSKÉS PETRA³

Az elmúlt évtizedekben megsokszorozódtak a munkahelyi nyelvhasználatra irányuló kutatások. Tanulmányunk egy komplex kutatás részeredményeit mutatja be. 2013-ban kvantitatív módszerrel felmértük a nyugat-dunántúli régióban működő vállalatok munkahelyi nyelvhasználatát, a kulturális különbségek okozta nehézségek percepcióját mind a külső, mind a belső kommunikációban, valamint a tárgyalási szokásaikat. Tanulmányunk először kutatásunk szakirodalmi hátterét mutatja be, majd a kérdőíves adatgyűjtés céljait és módszereit vázolja fel, illetve a komplex felmérés idegen nyelv használatára irányuló kérdéscsoport eredményeit elemzi. A vizsgálat gyakorlati célja, hogy a kutatás során szerzett tapasztalatokat, illetve eredményeket figyelembe vegyük kurzusaink tervezésénél, valamint a megszerzett tudást beépítsük kurzusaink tartalmába.

Kulcsszavak: Nyugat-dunántúli Régió, idegennyelv-ismeret, munkahelyi idegennyelv-használat, műfajok

The past few decades have seen an increase in examinations aiming to explore workplace language use. This study aims to contribute to this line of research by presenting some results of a complex investigation. In 2013, a quantitative examination was carried out to survey companies operating in the West Transdanubian Region with regard to language use, the perception of difficulties stemming from cultural differences both in internal and external communication as well as in negotiation habits. The study first presents the specialist literature, then outlines the aims and methods of the questionnaire survey, and finally analyses the results relating to the knowledge and use of foreign languages in the workplace. The practical aim of the inquiry is to utilise the research experience in the planning phase of the course syllabuses as well as to integrate the results into the contents of different communication-related courses.

Keywords: West Transdanubian Region, foreign language knowledge, workplace communication, genres

¹ ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA LÍVIA

tanszékvezető egyetemi docens
Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi Kommunikáció Tanszék
ablne@sze.hu

² TOMPOS ANIKÓ

egyetemi docens
Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi Kommunikáció Tanszék
tomposa@sze.hu

³ KECSKÉS PETRA

PhD-hallgató
Széchenyi István Egyetem
Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola
kecskes.petra@sze.hu

Bevezetés

Az utóbbi évtizedekben a munkahelyi nyelvhasználatra vonatkozó elemzések mind hazánkban, mind nemzetközi szinten nagy hangsúlyt kaptak, de bátran kijelenthetjük, hogy a munkahelyi nyelvhasználatra vonatkozó vizsgálódások napjainkban még mindig megőrizték aktualitásukat.

Tanulmányunkban egy komplex, kvantitatív kutatás kis részét mutatjuk be, ahol a munkahelyi nyelvhasználat kérdéskörét elemezzük. A munkaerő-piaci elvárások (vö. Bándy et al. 2011, Filep et al. 2012) ismeretének birtokában feltételeztük, hogy a nyelvek ismerete és használata egyre hangsúlyosabbá válik nemcsak a multinacionális vállalatok, hanem a kis-és középvállalatok munkavállalói számára is. Vizsgálni akartuk, hogy a jelen kutatás tárgyát képező vállalatoknál is megfigyelhető-e az angol nyelv előretörése, vagy a német nyelv dominanciája még mindig mérvadó-e a nyugat-dunántúli régióban.

A kutatás elméleti háttere

A vállalat az a közeg, ahol adatközlőink kommunikációt folytatnak nemcsak anyanyelvükön, hanem idegen nyelven is, ezért kutatásunk előkészítésekor fontosnak tartottuk, hogy a munkahelyi nyelvhasználaton túl a vállalati kommunikációval foglalkozó tanulmányokat és/vagy kutatásokat is áttekintsük. Ebben a vonatkozásban egyrészt támaszkodtunk saját vizsgálatainkra (vö. Ablonczyné 2010a, Ablonczyné 2010b, Ablonczyné-Tompos 2011, Ablonczyné 2012, Ablonczyné 2013), másrészt hazai és külföldi kutatásokról megjelent beszámolókra is. Dobrai-Sümegei (2005) hangsúlyozza a kommunikáció jelentőségét, amit a vállalati stratégia szempontjából kiemelten kezel, és Schneiderre (2004) hivatkozva megállapítja, hogy újabb kommunikációs formák (mint például a virtuális kommunikáció) dominálnak akár országon belüli, akár országon kívüli üzleti környezetben is.

Kutatásunk tervezésekor elfogadtuk Borgulya (2007) megállapítását, hogy a vállalati kommunikációt több környezeti és vállalati tényező is befolyásolja. A környezeti tényezőkhez tartozik a társadalom, a nemzeti és gazdasági kultúra, amelyben a vállalat működik. A külső környezetben kívül a vállalat egyedi sajátosságai is fontosak, mivel a kommunikációt alapvetően meghatározza a vállalat célja, mérete, a szervezeti struktúrák, a vállalat kultúrája, a vállalat vezetésének stílusa és a vállalatot alkotó egyének kvalifikációja.

Kutatásunk szempontjából az utóbbi tényező: a vállalatot alkotó munkatársak képzettsége, tudása, kompetenciái – beleértve az idegennyelv-tudást is – döntő fontosságúak.

A kutatás tervezésekor tanulmányoztuk a munkahelyi nyelvhasználat kérdéskörével foglalkozó eddigi magyar kutatásokat, amelyek között kiemeljük Bajzát Tünde munkáját. Bajzát doktori értekezésében (2010) nemcsak azt hangsúlyozta, hogy az idegennyelv-tudás alapvető fontosságú a szakmák gyakorlásában, hanem azt is bemutatta, hogy a mérnökök mennyire tudnak helytállni a munkahelyen szerzett nyelvtudásuk és kulturális ismereteik birtokában. Bajzát kutatásait a borsodi régióban végezte és folytatja manapság is (vö. Bajzát 2012).

Kutatásunk szempontjából kiemelendők Konczosné Szombathelyi Márta vizsgálódásai (2003, 2005, 2008), mivel kutatásait az általunk is vizsgált nyugat-dunántúli régióban folytatta: győri menedzserek idegennyelv-használatát elemezte alapvetően a nyelvválasztás szempontjából.

A munkahelyi nyelvhasználat területén magyar viszonylatban érdeklődésre tarthat számot Mohácsi vizsgálata (2012), amely az idegennyelv-kompetencia igényekkel és

elvárásokkal foglalkozik, és vizsgálati területe az észak-alföldi régió. Különböző vállalatok vezetőit kérdezte meg nemcsak a leggyakrabban használt idegen nyelvekről, hanem az elvárt munkahelyi kompetenciák fontossági sorrendjéről és a munkával kapcsolatos idegennyelv-használatról is.

Kelet- és közép-magyarországi régiókban is folynak kutatások a vállalati szféra szereplőinek idegennyelvi készségeivel kapcsolatban (Földi et al. 2013), amelynek keretén belül a Szolnoki Főiskola oktatói és/vagy kutatói azt vizsgálják, hogy a Szolnoki Főiskola hallgatóinak potenciális munkaadói milyen elvárásokat támasztanak a nyelvi képzés területén a meglévő, illetve jövőbeli munkavállalóikkal szemben.

A kutatás célja

Stratégiai célként az alábbiakat fogalmaztuk meg:

- hozzájárulás az interkulturális megértés javításához
- gazdasági együttműködések hatékonyságának növelése
- vizsgálati tapasztalatok és eredmények integrálása a felsőoktatásban oktatott kurzusok tananyagába.

Jelen kutatásunk célja a nyelvhasználat feltérképezése volt a vállalati extern és intern kommunikációban. A kommunikációs műfajok bemutatása és vizsgálata hangsúlyt kapott céljaink meghatározásánál, mivel kutatásunk eredményeit fel kívánjuk használni felsőoktatási gyakorlatunkban használt oktatási anyagaink tervezésekor, illetve meglévő idegen nyelvű szaktárgyaink tematikájának felülvizsgálatához (vö. Nádai 2005).

A kutatás módszere

Kutatásunk során papír alapú kérdőíveket használtunk. A kvantitatív kutatás e típusa alkalmas arra, hogy egy adott területet – esetünkben a válaszadók intern és extern vállalati kommunikációját és annak fő jellegzetességeit, továbbá az idegennyelv-használatukat – feltárjuk és alaposabban megismerjük úgy, hogy az adatok számszerűsíthetőek legyenek (Malhotra 2005).

A felmérésben használt kérdőív alapvetően négy fő részre tagolódik:

1. általános adatok (a hagyományos demográfiai kérdések mellett a munkahelyre vonatkozó adatgyűjtés is fontos szerepet kapott),
2. munkahelyi nyelvhasználatra vonatkozó információk,
3. üzleti és vállalati kultúra jellemzői (intern és extern kommunikációra vonatkozó adatok), valamint a kulturális különbségek felmérése,
4. tárgyalási trükkök és technikák feltérképezése.

Ahogy azt a bevezetésben már említettük, jelen tanulmány a kérdőív első két részét elemzi, vagyis a megkérdezettek munkahelyi nyelvhasználatára fókuszál.

A kutatási minta

A kutatás egyik alapvető lépése volt az alapsokaság kijelölése, vagyis azon válaszadók (vállalatok) meghatározása, akik a kutatás szempontjából meghatározott tevékenységet végeznek. Mivel a felmérés földrajzi lehatárolást is tartalmaz, így az alapsokaság azokat a vállalatokat jelenti, amelyek a nyugat-dunántúli régióban tevékenykednek. A vállalatok méret és árbevétel szerinti lehatárolásától jelen esetben eltekintettünk.

Ezt követően a kutatás vezetői által megnevezett paraméterek alapján megtörtént a minta kijelölése: a nem véletlen mintavételi technikák közül a kvótás mintavételre esett a választásunk. E módszer során a mintába előre definiált attribútumok alapján kerülnek az

egyének úgy, hogy a kijelölt jellemzők elosztása a vizsgált minta esetében ugyanolyan legyen, mint az alapsokaság esetében. A kvóta alapját jelentő jellemző a nyugat-dunántúli régióban működő vállalkozások ágazatok szerinti megoszlása volt, melyhez az adatokat a Központi Statisztikai Hivatal szolgáltatotta (KSH, 2011).

Az 1. számú táblázatban foglaljuk össze a minta jellemzőit. A válaszadóktól visszaérkezett kérdőívek száma 268 volt, azonban az adattisztítást követően a végleges minta-elemszám 250 válaszadó lett, 18 válaszadó nem felelt meg a földrajzi lehatárolás kritériumának. A minta kijelölése során a vállalkozásokra fókuszáltunk, azonban a vállalkozásokat a kérdőívek megválaszolása során egyének képviselték, akik az adott cégnél végzik munkájukat, így a demográfiai adatok esetében nem csupán a vállalkozásokra, hanem a megkérdezett egyénekre vonatkozó információk is megtalálhatóak. A kérdőívek adatainak feldolgozása és az eredmény vizsgálata az SPSS 18.0 statisztikai program segítségével történt.

1. táblázat

A minta jellemzői

Ágazatok	Nyugat-Dunántúl összesen (KSH, 2011)	Nyugat-Dunántúl megvalósult minta (%)
Szolgáltatások	75,70%	68%
Ipar	8,40%	25,20%
Mezőgazdaság	4,60%	3,20%
		Nincs adat: 3,6%

Forrás: Saját szerkesztés a KSH (2011), valamint a 2013-ban folytatott kutatás adatai alapján

Eredmények és következtetések

A kérdőívet kitöltők nem szerinti megoszlása alapján 125 férfi és 114 nő adott választ a kérdésekre, mindössze 11 válaszadó nem nyilatkozott a neméről.

A megkérdezettek életkor szerinti megoszlásából látható, hogy

- 62,8%-uk a 20 és 35 év közötti,
- 28,8%-uk a 36 és 50 év közötti korosztályba tartozik,
- 6,8%-uk pedig 51 éven felüli.

A válaszadók végzettségének tekintetében 205 fő rendelkezik főiskolai vagy egyetemi diplomával, 20 fő pedig középfokú végzettséggel.

Ha a mintába kerülő vállalatok jellemzőit nézzük, akkor a vállalkozások székhelyének település szerinti megoszlása alapján

- 155 vállalat található valamelyik megyeszékhelyen,
- 82 a régióban található városokban,
- és mindössze 8 tevékenykedik egyéb településen.

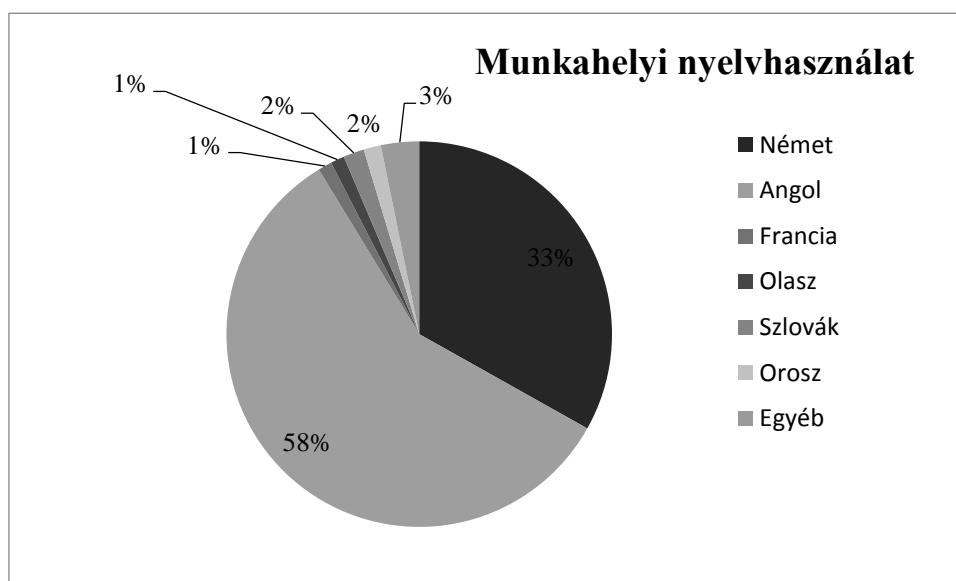
Bár a vállalatok méret szerinti megoszlása nem volt a mintába kerülés meghatározó kritériuma, mégis érdemes megvizsgálni ezt a jellegzetességet is. A 250 vállalatból 137 vállalat foglalkoztat több mint 250 főt, 50 vállalkozás esetében a foglalkoztatottak száma 50 és 250 fő közötti, 41 esetében 10 és 49 fő közötti, és csupán 17 vállalat foglalkoztat 2 és 10 fő közötti alkalmazottat.

A mintát alkotó vállalatok tulajdonlás szerinti összetétele tükrözi azt, hogy a régió valamennyi megyéje határ mentén található:

- a vállalkozások 56%-a külföldi tulajdonú
- 34%-uk magyar tulajdonban van
- és további 8% vegyesvállalat.

A megkérdezett egyének idegennyelv-tudásában szintén megmutatkozik a határmentiség, valamint a külföldi és vegyes tulajdonban lévő vállalatok magas aránya, hiszen a 250 megkérdezett közül 246 válaszadó beszél valamilyen idegen nyelvet. Többségében ez az idegen nyelv az angol (222 fő beszél), illetve a német (164 fő beszél); 24 fő jelölte meg az orosz, 15 a spanyolt és 12 fő a franciát. Napjainkban a több idegen nyelv ismerete sem meglepő – a jelen kutatásban résztvevők közül 180 fő beszél két idegen nyelvet, közülük 72 fő egy harmadik nyelvet is elsajátított.

A munkahelyi nyelvhasználatot tekintve szintén az angol az elsődlegesen használt idegen nyelv, nem sokkal marad el mögötte a német – amely egyrészt az osztrák és a német piac közelségének, illetve az e két ország hazánkban letelepült vállalatai magas regionális arányának tudható be.

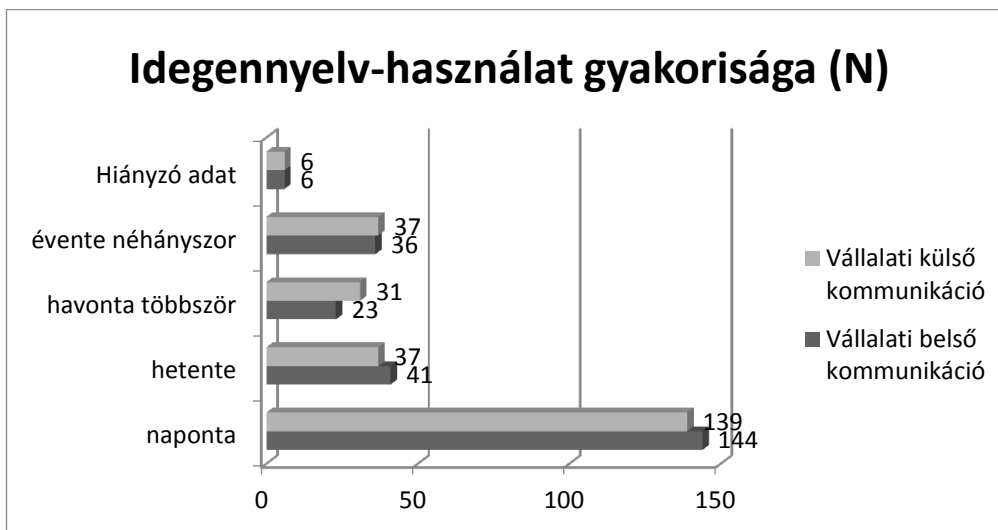


1. ábra

A munkahelyi idegennyelv-használat

Forrás: Saját szerkesztés a 2013-ban végzett kvantitatív kutatás eredményei alapján

Azon túlmenően, hogy a megkérdezettek milyen idegen nyelveket kell, hogy használjanak a munkahelyükön, az is fontos kérdés, hogy e nyelve(ke)t a vállalati intern és/vagy extern kommunikációban használják-e, továbbá a nyelvhasználat gyakorisága is kulcskérdés vizsgáldásunk szempontjából. A válaszadók többsége mind a vállalati belső, mind a külső kommunikációban napi szinten használ idegen nyelve(ke)t, 37 fő heti rendszerességgel használ valamilyen idegen nyelvet munkája során a vállalati külső kommunikációban, 41 fő pedig a belső vállalati kapcsolattartás esetében (2. ábra).



2. ábra. Az idegennyelv-használat gyakorisága a vállalati intern és extern kommunikációban

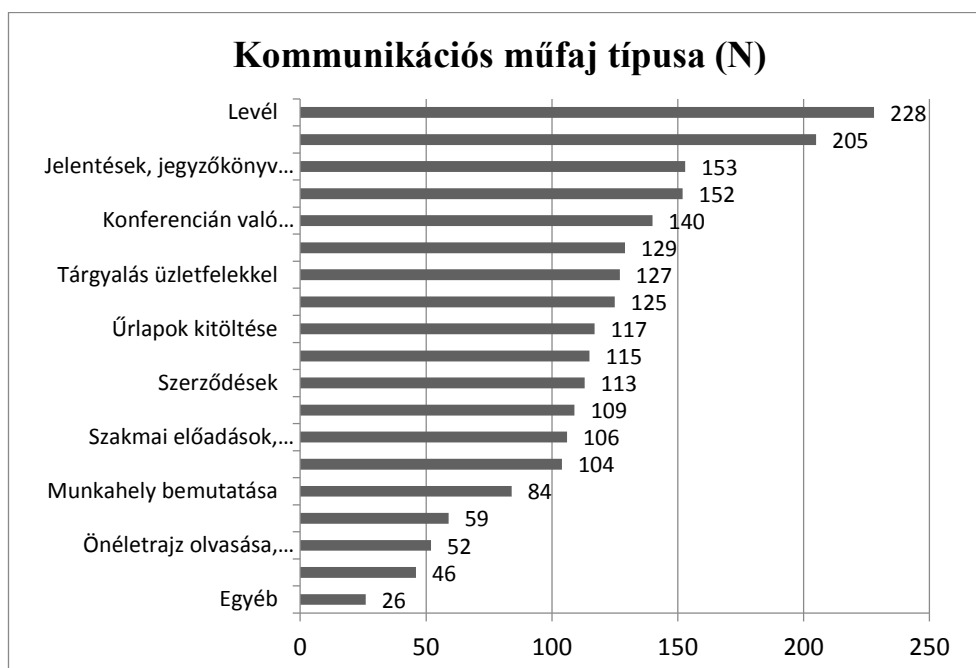
Forrás: Saját szerkesztés a 2013-ban végzett kvantitatív kutatás eredményei alapján

A nyelvhasználat felmérése során a kommunikációs műfajok feltérképezése is fontos szerepet kapott, mely egyben a kérdőív második fő részének utolsó kérdését képezte. A kérdőív szerkesztői felsorolták a lehetséges szóba jöhető kommunikációs műfajokat, az egyéb válaszlehetőséget is megadva a válaszadóknak az általuk alkalmazott további, nem listázott kommunikációs típusok megnevezésére. E kérdés segítségével lehetőség nyílt arra, hogy a válaszadóktól pontos képet kapjunk arról, hogy a vállalati belső és külső kommunikáció során milyen formában történik a kapcsolattartás.

A 3. számú ábra összegzi a felsorolt műfajokat, valamint azt is, hogy hányan jelölték meg azokat. Mindez azért releváns, mert ezáltal feltárható, hogy az egyes munkahelyeken az idegen nyelveket milyen formában használják leginkább, vagyis hallgatóinknak mire kell elsősorban felkészülniük az idegennyelv-tanulás során, mely kommunikációs műfajokat kell legfőképp elsajátítaniuk, hogy azokat a gyakorlatban a lehető legjobb tudásuk szerint legyenek képesek alkalmazni.

Valamennyi kommunikációs műfaj más és más képességet kíván, nem mindegy, hogy szóbeli vagy írásbeli a kommunikáció típusa, és az adott műfajjal kapcsolatos elvárások is változatos képet mutatnak. Ahogy a 3. ábrában összefoglalt eredmények is mutatják, a legtöbb megkérdezett (228 fő) a levélírást jelölte meg a leggyakrabban használt kommunikációs formaként (beleértve nemcsak a hagyományos üzleti levél típusát, hanem az elektronikus levelezést is); csaknem ugyanennyi megkérdezett (205 fő) jelölte meg a telefonálást is, mint a szóbeli kommunikáció speciális típusát.

Mivel számos vállalat van a mintában, amely külföldi vagy részlegesen külföldi tulajdonban van, a vállalaton belüli kapcsolattartás során alkalmazott idegennyelv-használat szintén magas arányt képvisel (152 válaszadó jelölte meg e válaszlehetőséget). Az idegen nyelvű szövegek (például biztonsági előírások vagy jelentések, illetve jegyzőkönyvek) értelmezése is kiemelt jelentőségű.



3. ábra A kommunikációs műfajok használatának gyakorisága

Forrás: Saját szerkesztés a 2013-ban végzett kvantitatív kutatás eredményei alapján

A műfajok listájában értelemszerűen akadtak olyan opciók, amelyek egy-egy adott munkakör esetében használatosak, így például az önéletrajzok olvasása és értékelése kifejezetten a humánerőforrás-menedzsment területét képezik.

Összességében elmondható, hogy a belső és a külső vállalati kommunikációban is fontos szerepe van az idegennyelv-tudásnak, hiszen azt rendszeresen alkalmazniuk kell a munkavállalóknak – ennek csupán gyakorisága tér el vállalatonként. Továbbá az is megállapítható, hogy nem csak az írásbeli, hanem a szóbeli kommunikációs műfajok is relevánsak a vállalati intern és extern kommunikációban egyaránt.

Összegzés

A tanulmányban ismertett eredmények bizonyítják, hogy az idegennyelv-tudás napjainkban nagyon fontos kompetencia, melyet a nyugat-dunántúli régióban működő vállalatok munkatársaitól is elvárnak. A vizsgálatba bevont vállalatok több mint 50%-ánál mind a belső, mind a külső vállalati kommunikációban napi szinten használják idegennyelv-tudásukat a megkérdezettek. E tény ismerete mellett nem meglepő, hogy a válaszadók csaknem 90%-a beszél legalább egy idegen nyelvet, melyek közül a leggyakrabban beszélt az angol, a második leggyakrabban beszélt pedig a német nyelv.

A belső és a külső vállalati kommunikáció során is alkalmazzák a megkérdezettek idegennyelv-tudásukat: a felsorolt műfajok közül leginkább a külső és a belső kapcsolattartás eszközeit használják, mint például az írásbeli kommunikációs eszközök közül a levélírást, a szóbeli kommunikációs műfajok közül pedig a telefonálást.

Mindebből következtethetünk arra, hogy mindezt hogyan lehet az oktatásba adaptálni, amely tanulmányunk szempontjából kulcskérdés. Egyrészt választ kaptunk arra, hogy mely idegen nyelvek ismerete elengedhetetlen a régióban működő vállalatoknál, másodsorban a felmérés arra is rámutatott, hogy az idegen nyelve(ke)t milyen szituációkban alkalmazzák leggyakrabban a válaszadók, és mely kommunikációs műfajokat szükséges alaposabban elsajátítaniuk a leendő munkavállalóknak. Mindez az oktatóknak is segítő kezet nyújt, hiszen ezáltal a nyelvoktatás fókusza is meghatározható, és kijelölhető azoknak a kommunikációs műfajoknak a köre, melyek tanítására nagyobb hangsúlyt kell fektetni, és ezáltal célzott felkészülést biztosít a hallgatóknak.

Irodalom

- ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA L. 2010a. Gazdaság és nyelvhasználat. In: Dobos Cs. (szerk.) *Szaknyelvi kommunikáció*. Miskolc: Miskolci Egyetem, Budapest: Tinta Könyvkiadó, 243–256.
- ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA L. 2010b. Nyelvhasználati sajátosságok vizsgálata. In: Gecső T.–Sárdi Cs. (szerk.) *Új módszerek az alkalmazott nyelvészeti kutatásban*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola, Budapest: Tinta Könyvkiadó, 9–14.
- ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA L.–Tompos A. 2011. Az OPTICOM projekt kutatási tevékenységeinek bemutatása. In: Borgulya Á.–Deák Cs. (szerk.) *Vállalati kommunikáció a 21. század elején*. Miskolc: Z-Press, 287–295.
- ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA L. 2012. Kommunikációs zavarok a vállalati kommunikációban. In: Dobos Cs. (szerk.) *A vállalati kommunikáció vizsgálatának nyelvészeti és interkulturális aspektusai*. Miskolc: Miskolci Egyetem, 225–232.
- ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA L. 2013. Language, culture and communication in organisations. In: Bostjan A. (ed.) *ABSRC 2013*. Ljubljana: Gea College Faculty of Entrepreneurship. Paper 56.
- BAJZÁT T. 2010. *A mérnökök kommunikatív és interkulturális kompetenciája: elvárások és felkészítés*. PhD-disszertáció. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- BAJZÁT T. 2012. Munkahelyi nyelvhasználat az észak-magyarországi régió vállalatainál. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*. VII. évf. 1. szám. 41–50.
- BÁNDY K.–EISINGERNÉ BALASSA B.–KÓBOR K.–NÁRAI M.–PÁTHY Á.–REISINGER A.–RECHNITZER J. 2011. A hallgatói kompetenciák felmérése. In: Tamándl L., Kovács Zs. (szerk.) *DPR Évkönyv 2011.: A Széchenyi István Egyetem diplomás pályakövető programjának eredményei*. Győr: Universitas–Győr Nonprofit Kft., 43–129.
- BORGULYA Á. 2007. A vállalati és az üzleti kommunikáció. In: Borgulya Á.–Somogyvári, M. (szerk.) *Kommunikáció az üzleti világban*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 85–109.
- DOBRAI-SÜMEGI K. 2005. Globalisation and changing corporate communication. In: Borgulya Á. (szerk.) *The Enlarged EU: cross-cultural and communication aspects*. Proceedings of the 16th Annual Conference of ENCoDe. Pécs: University of Pécs, Faculty of Business and Economics, 141–152.
- FILEP B.–KARA Á.–KOVÁCS Zs.–TAMÁNDL L. 2012. Mennyire gyakorlatias a felsőoktatás? A felsőoktatás képzéseinek a válasza a munkaerőpiac elvárásaira. In: Tóth P.–Duchon J. *Kutatások és innovatív megoldások a szakképzésben és a szakmai tanárképzésben*. Budapest: Óbudai Egyetem, 171–182.
- FÖLDI K.–LÁSZLÓ É.–SZÜCS R. S.–MÁTÉ Z. 2013. A munkaerőpiacon szükséges nyelvi kompetenciák feltérképezése kvalitatív eszközökkel. *Szolnoki Tudományos Közlemények*. XVII. évf. 1. 140–151.

- KONCZOSNÉ SZOMBATHELYI M. 2003. Globális világ, nyelvi és kulturális hatások. *Tér és Társadalom*. 17. évf. 1. szám. 117–129.
- KONCZOSNÉ SZOMBATHELYI M. 2005. Language skills and usage. In: Borgulya Á. (szerk.) *The Enlarged EU: cross-cultural and communication aspects*. Proceedings of the 16th Annual Conference of ENCoDe. Pécs: University of Pécs, Faculty of Business and Economics, 77–82.
- KONCZOS-SZOMBATHELYI M. 2008. *Kommunikáló kultúrák. A tőkelepipítés nyelvi és kulturális infrastruktúrája, avagy a kultúraközi kommunikáció néhány aspektusa*. Budapest: L'Harmattan.
- Központi Statisztikai Hivatal. 2011.
<http://www.ksh.hu/interaktiv/terkepek/mo/gazdsz.html?mapid=QVD001> (Letöltés ideje: 2014. július 17.)
- MALHOTRA, N. K. 2005. *Marketingkutató*. Budapest: Akadémiai Kiadó Zrt.
- MEDGYES P. 2010. Interjú Szépe Györggyel. Szépe György – a véletlenek embere. *Modern Nyelvoktatás*. XVI. évf. 2–3. szám. 83–85.
- MOHÁCSI M.–SPICZÉNÉ BUKOVSZKI E. 2012. Idegen nyelvi kompetencia-elmvárások és – igények az észak-alföldi és észak-magyarországi régióban. *Art Sci Soc*. 37. 109–118.
- NÁDAI J. 2005. Idegen nyelvű szaktárgyak szerepe a felsőoktatásban. *Porta Lingua*. 2005. 195–303.
- SCHNEIDER, U. 2004. Community of Practice. In: Schreyögg, G.–Werder, A. (eds.) *Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation*. Stuttgart: Schäffer-Poehler Verlag. 144–152.