

OTDK-dolgozat

2023

SOPRONI EGYETEM
LÁMFALUSSY SÁNDOR KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNY KAR



Online tárgyalások a jövőben? – A COVID-19 járvány üzleti kommunikációs hatásai

Online negotiation in the future? – The causes of COVID-19 pandemic of the business communication

Konzulensek:

Dr. Pirger Tamás

Dr. Paár Dávid

Kézirat lezárásának dátuma: 2021.11.01

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS	1
2. A TÁRGYALÁS	3
2.1 BEVEZETŐ - TÁRSADALMI ÉS ÜZLETI KOMMUNIKÁCIÓ	3
2.2 A TÁRGYALÁS	7
2.3 A TÁRGYALÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK	8
2.3.1 Résztvevők száma	8
2.3.2 Személyiség, öltözködés	9
2.3.3 Nem verbális kommunikáció	9
2.5 A TÁRGYALÁSI STÍLUSOK	12
2.6 A TÁRGYALÁS SZAKASZAI	13
2.7 A SIKERTELEN TÁRGYALÁS	15
3. AZ ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ	18
3.1 AZ ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ	18
3.2 ONLINE KOMMUNIKÁCIÓS KIHÍVÁSOK	19
3.3 AZ ONLINE PLATFORMOK HASZNÁLATA ÉS AZ ADATBIZTONSÁG	21
3.3 A ZOOM ÉS HIBÁI	23
3.4 ONLINE KAPCSOLATTARTÁS ÉS HOME OFFICE	24
3.5 A TÁVMUNKA KÖRNYEZETRE GYAKOROLT HATÁSA	27
3.6 ONLINE ÜZLETI TÁRGYALÁS	29
4. KUTATÁSI MÓDSZEREK	32
5. A KUTATÁS EREDMÉNYEI	34
6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	42
Irodalomjegyzék	48
Szakirodalom	48
Internetes források	49
Táblázat és ábrajegyzék	52
Táblázatok	52
Ábrák	52
Mellékletek	1
Kérdőív minta	1
Diagrammokhoz felhasznált táblázatok	5

1. BEVEZETÉS

Az elmúlt időszak mindannyiunk számára rengeteg olyan dolgot hozott magával, amelyek megváltoztatták az életünket, valószínűleg nem csak átmenetileg. A 2019-ben kirobbanó COVID-19 világjárvány az egész, általunk eddig jól ismert és megszokott mindennapokat fenekestől felforgatta. Beszéljünk akár az óvodák, iskolák ideiglenes bezárásáról, az online oktatásról vagy a munkahelyek távmunkára való átállásáról, illetve bizonyos ágazatokban akár ezek megszűnéséről.

A kialakult helyzet egyedülálló mivolta miatt elgondolkoztam, hogy a tárgyalások általános vizsgálata mellett talán érdemes lenne a járvány rájuk gyakorolt hatásait is vizsgálni, hiszen mikor lenne jobban kutatható és aktuálisabb ez a terület, ha nem most. A kutatási téma választásakor az ember fejében akarva, akaratlanul is kialakul egy kép, egy vázlat, ami alapján dolgozni szeretne. Ezt persze sok minden befolyásolja, de mindenképpen szerencsés, ha van egy irány, ami mentén el szeretnénk indulni. Nálam első gondolatként az fogalmazódott meg, hogy ebben a kutatásban két fő kérdéskört kell feszegetnem. Az egyik az üzleti kommunikáció, azon belül pedig a tárgyalás, ennek tulajdonságai, szakaszai, stratégiái, tehát összességében minden, amit a tárgyalásokról tudni kell. A másik meghatározó elem pedig az online kommunikáció, a távmunka, az online platformok, illetve az ezek használatával kapcsolatos nehézségek és persze az online térben folytatott tárgyalás. Ezen kívül a fenntarthatósági szempontok vizsgálatát is fontosnak tartom megemlíteni, hiszen ezzel kapcsolatban is rengeteg feltevés van és szeretnék megbizonyosodni arról, hogy az emberek és a vállalatok végre rájönnek-e, hogy sokkal kisebb ökolábnyom hátrahagyásával is lehet teljes életet élni. Természetesen tisztában vagyok vele, hogy az utóbbi részhez még nem áll rendelkezésre akkora számú szakirodalmi forrás, mint az elsőhöz, hiszen egyrészt egy nagyon aktuális témáról beszélünk, ami ezen kívül még elég speciális is, de úgy gondolom, hogy tudományos cikkek és folyóiratok, esetleg internetes források a segítségemre lehetnek.

Ezután a saját kutatásom módszerét meghatározom, mert ez is szűkítheti akár a releváns források listáját. A mai világban a közvélemény kutatás legegyszerűbb és legkönnyebben eszkalálható módja az internetes felületeken való terjesztés. Éppen ezért egy online űrlap segítségével végzem a kutatást, aminek közösségi médiákon való megosztásra fókuszálok, hiszen a kérdőív így sok olyan emberhez is eljuthat, akikhez más módszerrel nem érnék el. Célcsoportként azokra a személyekere gondoltam, akik mind személyesen, mind az online

térben folytattak tárgyalást, hiszen a kérdésekkel főleg a kettő közötti változásra, illetve a COVID-19 ideje alatt kialakult trendekre szeretnék rávilágítani. A demográfiai kérdéseken kívül vizsgálom többek között az online platformokhoz való hozzáállást, a felmerülő nehézségek mivoltát, az öltözködés változását és az adatvédelem kérdéskörét is. Természetesen a saját feltevéseim és tapasztalataim is nagy szerepet fognak játszani a kérdések kialakításában, de nagyrészt a forrásokra támaszkodom és elsősorban ezeket áll szándékomban alátámasztani vagy megcáfolni.

2. A TÁRGYALÁS

2.1 BEVEZETŐ - TÁRSADALMI ÉS ÜZLETI KOMMUNIKÁCIÓ

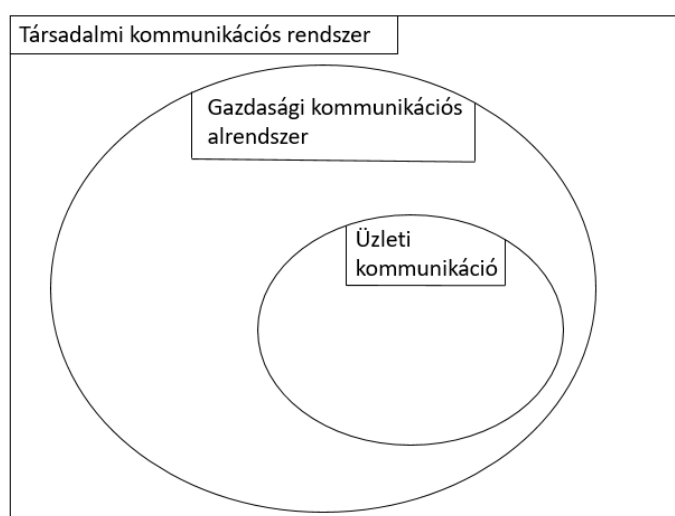
Kutatómunkám bevezetéseként először tisztázom, mit is jelent a társadalmi és az üzleti kommunikáció.

A társadalmi kommunikáció egy olyan folyamat, amely célja többek között a tájékoztatás, az információcsere, a társadalom fejlődésének elősegítése és a közvélemény alakítása. Irányultsága szerint beszélhetünk kifelé- és befelé irányuló kommunikációról. (Langer – Raátz, 1999) Ezeket a gondolatokat alátámasztja Forgó Sándor (2011) is „A kommunikáció elmélet alapjai” című szakkönyvében. Kiegészítésképpen viszont meg kell említeni gondolatait, mi szerint szükség van a társadalmi kommunikációhoz személyes interakcióra és egy közös, ismert csatornarendszerre is. Először azonban tisztázzuk, hogy mit is értünk pontosan személyes interakció alatt, hiszen csak utána tudunk következtetéseket levonni. Kommunikáció elméleti megközelítésben kijelenthetjük, hogy az interakció feltételeként értelmezhető az azonnali visszajelzés lehetősége, tehát a kölcsönhatás a résztvevők között. Ezzel szemben, a kommunikációs helyzetekben nem kötelező, hogy megjelenjen a visszajelzés valós idejű biztosítása, így a két fogalmat el kell különíteni egymástól. (Buda, 1986) Szitó Imre (1987) és Szabó István (1994) ezen kívül kiemelte az egymásra gyakorolt hatás fontosságát is, akár csak Buda Béla a kommunikáció elméleti megközelítésben. Összességében tehát elmondható, hogy a legtöbb szerző egyetért a fogalom meghatározásában, miszerint a személyes interakciónak elengedhetetlen velejárója, illetve feltétele az azonnali visszajelzés lehetősége, és az egymásra gyakorolt hatás.

A fent említett állítások közül több ponton is látok egyezést a mindennapokban megfigyelhető jelenségekkel, hiszen már középfokú tanulmányaink során is széleskörű tudást kapunk a kommunikáció témaköréről, a csatornákról és a médiumokról, viszont úgy gondolom, hogy a mai világban a személyes interakció már egyáltalán nem feltétele és nem is szükséges eleme a kommunikációnak. Ezt az elmúlt másfél év is igazolja, sőt ennek az időszaknak köszönhetően jöttünk rá sokan, hogy másféleképpen is fenntarthatók a szociális kapcsolatok. A kijárási- és gyülekezési korlátozások mellett is kommunikáltunk egymással és nem hanyagoltuk a többi emberrel - családdal, barátokkal, munkatársakkal - kialakított kapcsolatokat sem. Ugyan úgy megtörtént az információ csere, csak valamilyen médium segítségével, így például minden nap kaphattunk tájékoztatást az újabb és újabb szakértői döntésekről a pandémiával kapcsolatban. Ezek alapján pedig kijelenthetjük, hogy napjainkban az online tér egyre fontosabbá válik ezen a területen is és bizonyos élethelyzetekben bizony nélkülözhetetlen kelléke a munkának, a

tanulásnak és az információáramlásnak. Úgy gondolom, hogy az internet adta lehetőség a kommunikációra, a technikailag fejlett új kor egyik leghasznosabb találmánya, hiszen így sokkal könnyebben összeegyeztethető és kivitelezhető akár egy üzleti megbeszélés vagy tárgyalás is olyanok számára, akik valamilyen okból kifolyólag nem tudnak egy időben és egy helyen megjelenni, így a cégek pedig nem csak időt és pénzt spórolnak maguknak, de még a környezetet is kímélik.

Tovább haladva a társadalmi kommunikáció rendszerének elemzésével megállapítható, hogy az rengeteg alrendszerből tevődik össze, de kutatásomban főleg a gazdasági kommunikációs alrendszert vizsgálom, amin belül is az üzleti kommunikáció témájába ásom bele magam mélyebben.



1. ábra

A társadalmi kommunikációs rendszer

Forrás: Saját szerkesztés (Langer – dr. Raátz (1999) alapján)

Az üzleti kommunikáció elsősorban a gazdasági célok megvalósítását szolgálja üzleti környezetben. (Borgulya - Somogyvári, 2011) Az információ átadásának módja szerint beszélhetünk közvetett és közvetlen kommunikációról. Az alapvető különbség a kettő között, hogy a közvetlen kommunikáció két vagy több ember között történik, valós időben, így lehetőség van azonnali visszajelzésre, tehát egy dialógus zajlik le, médiumok segítségével nélkül. (Borgulya, 2010) Amennyiben viszont a felek nincsenek egy helyen, úgy egy médium (általában az internet vagy telefon) segítségével áramlik az információ. Ilyen esetekben beszélünk közvetett kommunikációról, hiszen ilyenkor egy közvetítő segítségével van szükségünk.

Az üzleti kommunikációt, akár csak bármilyen más fajta kommunikációt alapvetően két részre oszthatjuk, hiszen van szóbeli és írásbeli formája is. Szóbeli eszközei például az előadás, aminek célja a közönség meggyőzése adott témával kapcsolatban, az értekezlet, ami informálja az érintetteket és persze a tárgyalás is, ami pedig a viselkedést hivatott megváltoztatni, illetve a tanácsadás és az állásinterjú is ide tartozik. Írásbeli formái között említhetjük az üzleti leveleket, amik lehetnek szerződéssel kapcsolatosak vagy akár reklám levelek, a belső okiratokat, mint a jegyzőkönyv és a határozatok, a pályázatokat és az ismertető anyagokat. (Borgulya - Somogyvári, 2011)

Az üzleti kommunikáció alapvető célja egyrészt, hogy segítse a vállalatok fejlődését, sikerességét a különböző kommunikációs technikák felhasználásával, másrészt, hogy a vállalatról minél előnyösebb képet mutasson a belső és külső érintettek számára. Ezen célok eléréséhez többféle eszközt is használ, mint a különböző viselkedési modelleket; az értekezleteket, amik menetét előre meghatározza; a prezentációkat, amelyek felépítésére és vizuális megjelenésére is nyújt alternatívákat. (Langer – dr. Raátz, 1999)

Ezen kívül természetesen a tárgyalások is ide tartoznak, melyek technikái, stratégiái és taktikái sorolhatók az üzleti kommunikáció eszköztárába. Az ilyen fajta kommunikációnak beszélhetünk a sajátos jellemzőiről is, amik között meg kell említeni, hogy bármilyen információ közlése a vállalat jelenlegi és jövőre vonatkozó terveit szolgálja és ezek általában a vállalattal vagy az általa forgalmazott termékekkel kapcsolatosak. Minden cég törekszik arra, hogy a lehető leghatékonyabban adja át az üzenetet, éppen ezért ehhez a kommunikációhoz szükség van a közös nyelvre, közös szimbólum használatra és közös előismeretekre is, hiszen a hétköznapinál specifikusabb témákat érint az információcsere. (Langer – dr. Raátz, 1999)

Ahogy egyre közelítünk a kutatás egyik központi témájához, fontosnak tartom elkülöníteni egymástól a kommunikációs helyzetet és a tárgyalási helyzetet. Kommunikációs helyzetről akkor beszélhetünk, ha információ csere történik. Ennek három fajtáját különböztetjük meg. Az első a véletlenszerű közlés, amikor például főzés közben dúdolunk. A következő a kifejező kommunikáció, ami első sorban az érzelmek kifejezését jelenti, és végül a célirányos kommunikáció, amivel pedig valamilyen célt szeretnénk elérni. (Langer – dr. Raátz, 1999)

Ezzel szemben: „[...] Mastenbroek meghatározása szerint az üzleti életben tárgyalási helyzetről akkor beszélünk, amikor a tárgyaló felek között a hatalmi különbözőségek már nem meghatározóak, a különböző csoportoknak egymástól eltérő érdekeik vannak és a kölcsönös függőség összeköti őket.” (Langer – dr. Raátz, 1999)

Mastenbroek szerint a tárgyalás eltér olyan szocioeszközöktől, mint a kooperáció és a küzdelem, hiszen a kooperáció során összefogásról beszélhetünk, küzdelemkor pedig harcról. Ezzel ellentétben tárgyaláskor a megegyezésre törekszünk, tehát egyensúlyteremtő tevékenységet folytatunk, ami további alrészekre bontható, mint a hatalmi egyensúlyra való hatás, a célok elérésére törekvés és a pozitív légkör megteremtése. Szükséges ezen kívül figyelembe venni, hogy két partner tárgyal-e egymással, vagy csoportos tárgyalásról van szó, hiszen mindkettő más célt szolgál. Amikor két ember tárgyal, akkor első sorban a partnerek egymást szeretnék meggyőzni, hogy elfogadják a másik érveit. Csoportos tárgyalásra pedig olyan speciális helyzetben lehet szükség, mikor több szakértelem, többféle nézőpont kell az ügy megvitatásához. Ilyenkor szokás bevonni szakmailag naprakész ismeretekkel rendelkező kollégát, illetve olyan személyeket, akik kiemelkedően kommunikálnak, és képesek döntést hozni az adott szituációban. (Langer – dr. Raátz, 1999)

Úgy gondolom, hogy egy ilyen témájú kutatásnál elengedhetetlen említést tenni a meggyőzésről is, hiszen ez is hozzá tartozik mind a kommunikáció, mind a tárgyalás témaköréhez. Amikor meggyőzünk valakit, akkor érveinkkel támasztjuk alá az álláspontunkat azzal a céllal, hogy a másik ember gondolkodásában valamilyen változást idézzünk elő. Természetesen erre több tényező is hatással van, mint például a kommunikációs helyzet résztvevői, hiszen, ha egy megbízható, jó hírű, szimpatikus vagy már ismert személy szeretne minket meggyőzni, neki hamarabb hiszünk, mint egy olyan valakinek, akit már rajta kaptak manipuláción vagy hamis információ átadásán és még ellenszenves is számunkra. Ezen kívül az információátadás módja is nagy jelentőséggel bír. A meggyőzés módját alapozhatjuk érzelmekre vagy racionális érvekre attól függően, hogy kit szeretnénk meggyőzni. Ezzel pedig el is érkeztünk a harmadik elemhez, a meggyőzendő személyhez, akivel sokkal egyszerűbb dolgunk van, ha nem rendelkezik előzetes információkkal vagy hasonló értékeket vall, mint a meggyőző. (Aronson, 1972)

A meggyőzés után persze fontos beszélni az érvelésről is, hiszen ez a kettő szorosan összefügg egymással. Az érvelés alapvetően az a viszonylag hosszabb folyamat, aminél alátámasztjuk valamely előző állításunkat, egy logikus gondolatmenet segítségével. Az érvelés lehet induktív vagy deduktív. A kettő közötti különbség az érvek helyességében rejlik. A deduktív érvelés teljes mértékig alátámasztja a következtetést, így mindenféle feltételezés nélkül bízhatunk benne, míg az induktív csak valószínűsíti, de nem biztosítja a következtetés 100%-os helyességét. (Margitay, 2007)

2.2 A TÁRGYALÁS

A tárgyalás meghatározása tehát nem egyszerű feladat, hiszen egy nagyon komplex fogalomról van szó, ami létre jöhet személyek, vállalatok, társadalmi csoportok között és rengetegféle témáról szólhat. Sokan próbálták definiálni pontosan mit is jelent a tárgyalás, de ezek között nem találunk két egyforma megfogalmazást rá. Abban a legtöbb kutató egyet ért, hogy egy folyamatról beszélünk, ahol vagy döntést hozunk, vagy kifejezzük igényeinket, vagy közös megállapodásra törekszünk, tehát összességében a kiinduló állapot megváltoztatására. Neves közgazdászok is beleásták magukat ebbe a kéréskörbe, de ők is különféleképpen vélekedtek.

Kapoor (1975) azt írja, hogy a tárgyaláshoz a józan észre van szükség, amit nyomás alatt kell használni, hogy elérjünk az előre meghatározott célt. Más szerzők szerint a tárgyalás egy döntési folyamat, aminek az eladó és a vásárló közötti üzleti megállapodás a célja, míg egy másik szerző úgy gondolja, hogy a tárgyalás egy interaktív folyamat, ahol a vevő és az eladó maximális hasznot próbálnak elérni. (Hofmeister – Mitev, 2015)

Pszichológusok szerint a tárgyalás egy olyan folyamat, ahol az egyén a saját szükségleteit igyekszik kielégíteni. (Nierenberg, 1968) Az államtudósok úgy gondolják, hogy a tárgyaláshoz szükség van közös és ellentétes érdekekre egyaránt, hiszen csak ezek segítségével tudnak a felek megegyezni és egyáltalán így van miről tárgyalni. (Ikle, 1964) Üzleti tárgyalás során alapvetően valamely termék tulajdonos cseréje a cél. Ilyenkor a csere feltételeit hivatottak megbeszélni a partnerek és végül igyekeznek közös megállapodásra jutni. (Borgulya - Somogyvári, 2011)

Egy beszerzésről szóló könyvet olvasva szintén rábukkantam egy másfajta megközelítésre, amit úgy gondolom, hogy érdemes megemlíteni. Eszerint a felfogás szerint nem a rengeteg különféle definíció egyike határozza meg a tárgyalás mibenlétét, hanem magának a folyamatnak a jellemzői. Később meg is nevez pár tulajdonságot, mint például, hogy a tárgyalás központjában az erőforrások újra elosztása áll, mint ahogy ezt az előző definíció is megerősíti, illetve, hogy a tárgyaló felek folyamatosan döntéseket hoznak ezekben a szituációkban, amikből végül összeáll a tárgyalási folyamat. (Vörösmarty – Tátrai, 2012)

Bár az utolsó megközelítés szinte az előtte említettek összefoglalásaként fogható fel, mégis úgy gondolom, hogy ez írja le legjobban, mit is jelent a tárgyalás, hiszen így nem csak egy definíciót kaptunk, de olyan előforduló tulajdonságokat is, amikből rögtön kiderül, hogy mit is értünk tárgyalás alatt, illetve ezeket a jellemzőket a többi definíció is alátámasztotta.

De mikor is alakul ki a tárgyalási helyzet? A válasz erre a kérdésre, hogy a tárgyalásra akkor kerül sor, ha van valamilyen téma, vagy érdekütközés, amit mindkét fél civilizáltan szeretne megbeszélni, így a két fél rögtön egymás partnerévé válik. (Hofmeister – Mitev, 2015)

A tárgyalási folyamatnál fontos megjegyezni, hogy egyik kiemelkedő jelentőségű tulajdonsága, hogy kölcsönös, hiszen mindkét fél mérlegeli, mikét reagálhat a partner, mielőtt bármit is mondana vagy tenne. A folyamat két aspektusból közelíthető meg. Az egyik az intellektuális, a másik a pszichológiai. Én ezek közül az intellektuálissal szeretnék főleg foglalkozni. Ennek jellemzői között említhetjük, hogy logikus, hiszen átgondoljuk, mit mondunk, stratégiai, mert egy bizonyos cél elérése miatt folytatunk tárgyalást és taktikai, mivel a célhoz igazítva határozzuk meg, milyen módszerrel szeretnénk érvényre juttatni akaratunkat. (Hofmeister–Mitev, 2015)

2.3 A TÁRGYALÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

A tárgyalási folyamat vizsgálatakor, illetve a téma kutatásakor fontos kitérni arra is, hogy egyáltalán milyen tényezők tudnak hatást gyakorolni egy tárgyalásra. De miért is fontos erről beszélni? Ha nem lennének befolyásoló tényezők egy tárgyalási szituációban, akkor minden tárgyalási folyamat ugyan azon séma alapján történne, mindig ugyan az lenne a végkimenet és már az elején borítékolható lenne az eredmény. Természetesen a való életben ez nem így van, sőt nem is beszélhetünk két egyforma tárgyalásról sem, annyi minden van hatással egy ilyen helyzetre.

2.3.1 Résztvevők száma

Első sorban a résztvevők száma és az ő egyéni céljaik befolyásolják nagy mértékben a tárgyalást, ami, ha belegondolunk egyértelmű, hiszen mindannyian máshogyan viselkedünk és kommunikálunk, főleg stresszhelyzetben, nyomás alatt, illetve más és más célokat szeretnénk elérni egy adott tárgyalás alatt. Ezen kívül fontos még, hogy a megfelelő szakmai tudással rendelkező felek próbáljanak egyességre jutni, hiszen így tudják álláspontjukat hiteles érvekkel alátámasztani vagy egymás érveit cáfolni, egymást meggyőzni. Ehhez persze hozzá tartozik a kiváló kommunikációs képesség és a jó memória is. Ezekről mind szó volt már egy előző bekezdésben, de itt is érdemes kielemezni a meggyőzés és érvelés kérdéskörét, mert döntő szerepük lehet egy tárgyalás lefolyása közben. (Borgulya - Somogyvári, 2011)

2.3.2 Személyiség, öltözködés

Magát a tárgyalási folyamatot nagyban befolyásolja az is, hogy milyen az adott fél személyisége, éppen ezért ennél a kérdésnél természetesen ki kell térni az illető ruházatára, megjelenésére és fellépésére is. Az öltözködést illetően beszélhetünk elegáns, kifinomult stílusról, de a valamivel lezserebb, Business Casual is elfogadott bizonyos helyeken. Ennek meghatározása első sorban az országtól és az ottani kultúrától, normáktól függ. Egy tárgyalási helyzetben fontos tényező a bizalom, hiszen, ha partnerünk bízik bennünk, sokkal könnyebben beszélhetjük rá az általunk kínált ajánlatra. Ezen kívül egy magabiztos, ám de nem tolakodó fellépéssel szintén hatékonyabban tudjuk meggyőzni a másik felet az igazunkról, mert így azt a látszatot keltjük, hogy teljesen biztosak vagyunk a dolgunkban és az ajánlat korrektségében mindkét fél számára. (Hofmeister – Mitev, 2015)

2.3.3 Nem verbális kommunikáció

Először is fontosnak tartom tisztázni, mi is az a nonverbális, vagyis nem verbális kommunikáció. Ehhez hozzá tartozik a testtartás, a gesztusok, az arckifejezések, a szemkontaktus, a távolságtartás. Ezen kívül ide sorolható akár a már előbb említett öltözködés, ékszerek és kiegészítők is. A nonverbális jelek egyrészt megerősíthetik, másrészt megcáfolhatják a kimondott szavakat. (Broszinsky-Schwabe, 2011)

A tudat alatti jelzések sokkal többet elárulnak egy illető valós érzéseiről, mint a szavai. Éppen ezért nagyon fontos figyelni ezeket a rejtett, ám őszinte jeleket a tárgyalási szituáció közben is, hiszen előfordulhat, hogy ha észreveszünk egy jelet, akkor könnyebben korrigálunk azon a tényezőn, ami a negatív reakciót kiváltotta. Amit először érdemes figyelni, az a partner testhelyzete, hiszen ez nagyon sokat elárul. Ha a másik fél szembe fordul velünk, tenyere felfelé néz, illetve felénk hajol, akkor biztosak lehetünk benne, hogy figyel ránk, érdekli, amit mondunk és nyitott az általunk prezentált gondolatok felé. Persze a mai világban már az is előfordulhat, hogy az illető ezt tudatosan mutatja, miközben elzárkózik a véleményünk elől, de most egyelőre vizsgáljuk az őszinte reakciókat. Ennek ellentéte a zárt testtartás, a karba font kéz és a szemkontaktus kerülése. Ezek a jelek értelemszerűen az érdektelenséget, a zárkózottságot és az egyet nem értést sugallják. Találkozhatunk az előbb említettek kombinációjával is, amikor a véleménynyilvánítás közben megváltozik a testtartás. Erre érdemes figyelni, hiszen attól függően, hogy pozitív vagy negatív irányba változik a hozzáállás, annak megfelelően kell

folytatnunk vagy éppen változtatnunk a stratégián, hogy újra felkeltsük a másik fél érdeklődését. (Kucsma, 2018)

A leggyakoribb testtartások	
<i>Testtartás</i>	<i>Jelentése</i>
Görnyedt	Levertség
Kiegyenesedett	Jókedv és magabiztosság
Előredőlés	Nyitott és érdeklődő
Hátradőlés	Nem érdeklődő
Keresztbe tett karok	Védekező
Nem keresztbe tett karok	Odafigyelésre való hajlandóság

1. táblázat

A leggyakoribb testtartások és jelentésük

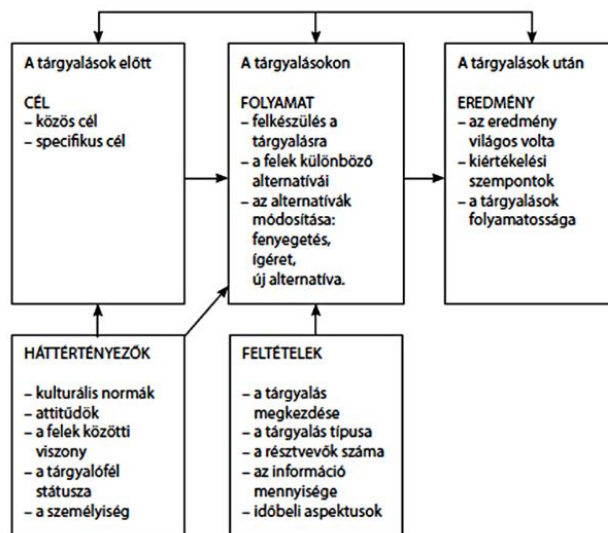
Forrás: Fritz Susan M.- Brown William F.- Lunde Joice- Banset Elizabeth (1999)

Interpersonal Skill for Leadership Prentice Hall, Upper Saddle River

Vannak ezen kívül még olyan jelzések, amikre, ha figyelünk, az a későbbiekben kifizetődő lehet. Ilyen az összeszorított ajkak, ami haragot jelent a legtöbb esetben. Amennyiben ezt tapasztaljuk, kutatásaim során szerzett tudásom alapján érdemes egy rövid szünetet tartani, hogy mindkét fél visszavonulhasson és később nyugodt lelkiállapotban folytathassák a tárgyalást. Egy másik szerintem nagyon fontos jelzés a lesütött szemek, amik a hazugság jelei. Ha ezt tapasztaljuk, mindenképpen érdemes valamilyen alátámasztó bizonyítékot kérni, mert ha a megegyezés után derül ki a csalás, az mindkét fél számára kellemetlen, aláássa a bizalmi kapcsolatot és a cégek közötti további együttműködés lehetőségét, arról nem is beszélve, hogy akár anyagi károkat is okozhat a vállalatnak. (Hofmeister – Mitev, 2015)

2.4 TÁRGYALÁSI MODELLEK

A **tárgyalás modelljei** közül számomra az egyik legérdekesebb Sawyer és Guetzkow (Hofmeister – Mitev, 2015 alapján) szociálpszichológiai modellje, hiszen ez adja több későbbi modell alapját és logikusan ábrázolja mind a folyamatot, mind a befolyásoló tényezőket és feltételeket.



1. ábra

Sawyer és Guetzkow szociálpszichológiai modellje

Forrás: Hofmeister – Mitev, 2015 (Sawyer – Guetzkow (1965) alapján)

A modell szerint a tárgyalásokat 3 részre lehet osztani, így beszélhetünk megelőző-, közbeni-, és utáni szakaszról. Az első szakaszban meghatározásra kerülnek a célok, amiket a felek fontossági sorrendbe állítanak. A célok kialakításánál beszélhetünk közös érdekekről, kiegészítő érdekekről, ütköző érdekekről vagy teljesen ellentétes érdekekről. Azért fontos meghatározni, hogy az adott szituáció melyik kategóriába tartozik, mert az kihat a tárgyalás menetére is.

A második szakasz a felek egyéni felkészülésével kezdődik, amikor meghatározzák többek között a létszámot, az időtartamot, a nyelvet és a tárgyalás menetét is. Ezután kialakítják a lehetséges alternatívákat, kimeneteket, a célokat figyelembe véve. Ha ezeket tisztázták, akkor következik maga a tárgyalás, ahol a felek megpróbálják meggyőzni egymást, ígéretet tesznek vagy valamilyen megoldással állnak elő a probléma kiküszöbölésére.

Az első és második szakasznál nagyon fontos figyelembe venni az olyan befolyásoló tényezőket, mint a kulturális értékek, a felek személyisége és a felek közti viszony, hiszen ezek mind rányomhatják a bélyeget a tárgyalás kimenetelére, akár már az első pillanatban.

Az utolsó szakasz pedig az eredményt foglalja magában, ahol megállapítjuk, hogy tiszta végeredményt kaptunk-e, érthető szerződéssel. Lehet azonban, hogy nem teljesen világos a szerződés, illetve az is előfordulhat, hogy a felek nem tudnak megállapodni. (Hofmeister – Mitev, 2015)

Egy másik modell, aminek valóban az előbb leírt séma az alapja, a nyolc fázisú tárgyalási modell, amit itt csak röviden szeretnék megemlíteni. Ennek az az oka, hogy a 2.6 számú fejezetben részletesen kifejtem a modell elemeit, mert véleményem szerint abban a fejezetben jobban összehasonlítható az előtte említett tárgyalási szakaszokkal, mint ebben a fejezetben egy olyan modellel, aminek bizonyítottan ez elsőként elemzett modell az alapja.

2.5 A TÁRGYALÁSI STÍLUSOK

Az üzleti életben természetesen az sem mindegy, mikor milyen tárgyalási stílust választunk. A szakirodalom 5 fajta stílust különböztet meg és mind más és más jellemzővel bír. Az első az együttműködő stílus, amikor úgy szeretnénk megoldani az érdekellentétet, hogy közben ne veszítsük el a partnerünk bizalmát és fennmaradjon a partneri viszony, ezért teljesen őszintének kell lennünk a partnerünkkel. Ilyenkor nem csak a saját akaratunkat érvényesítjük, de a másik felet sem szeretnénk hátrányos helyzetbe hozni, tehát mindkét fél elérheti a célját. Természetesen ebből adódóan sejthetjük, hogy ez egy nagyon hosszú folyamat, de a végeredmény kárpótolhatja ezért a feleket.

A második a kompromisszumkereső stílus. Itt a legfőbb irány, hogy kis nyereséget érjünk el, kis veszteséggel, tehát itt nem alakul ki win-win szituáció. Ebben a helyzetben értékeljük a másik céljait és az emberi kapcsolatot is, ezért egy kölcsönösen elfogadható eredményre szeretnénk jutni a tárgyalás végén. Bizonyos célokat tehát fel kell adni mind a két félnek, hogy megegyezhessenek, viszont igyekeznek a lehető legjobb megoldást kihozni a helyzetből, ami mindegyiküknek megfelel.

A következő az alkalmazkodó stílus, amiben alapvetően kerüljük a konfliktus helyzetet, mert a legfontosabb tényező itt az emberi kapcsolat megtartása. Tehát inkább lemondunk a saját céljaink eléréséről, mint hogy magunka haragítsuk a partnert. Előnyösen alkalmazhatjuk ezt a

stílust, ha a másik fél számára sokkal fontosabb a téma, vagy ha hátrányos pozícióból szeretnénk minimalizálni a veszteségeket.

Ezután beszélhetünk a versengő stílusról, ami az előzőnek a szöges ellentéte. Ebben az esetben minden áron el szeretnénk érni a célunkat, így arra sem vagyunk tekintettel, hogy akár végleges károkat is okozhatunk a partneri kapcsolatban. Ez alapján a cél, hogy az egyik fél 100%-osan érvényesítse az akaratát akkor is, ha arra rámegy az üzleti kapcsolat. Ezt a stílust többek között abban a helyzetben érdemes alkalmazni, ha a gyors cselekvésre van szükség vagy a partnerünk kihasználná az együttműködési szándékunkat.

Végül beszélhetünk az elkerülő stílusról, aminek középpontjában áll, hogy az adott fél, minden esetben szeretné elkerülni a konfrontációt. Ha valaki ezt alkalmazza, az meghátrál a másik féllel szemben, nem harcol az igazáért még akkor sem, ha a partner elképzelései merőben eltérnek az övétől. Itt tehát nem mérvadók sem az adott fél saját érdekei, sem a hosszútávú partneri kapcsolat, ezért ilyenkor ez a tárgyaló fél passzív magatartást tanúsít. Furcsán hangzik, de vannak szituációk, amikor érdemes ezt a stílust választani, mint pl., ha a tárgy számunkra nem releváns, vagy ha tudjuk, hogy nincs esélyünk nyerni a másikkal szemben. (Hofmeister – Mitev, 2015)

2.6 A TÁRGYALÁS SZAKASZAI

A tárgyalás szakaszainak vizsgálatakor, akár csak a fogalom definiálásánál, rengeteg megközelítéssel találkozhatunk. Bill Scott (1988) szerint a tárgyalások 5 szakaszból állnak. Ezek a felderítés, az ajánlattétel, az alku, a megállapodás és a ratifikálás, azaz a jóváhagyás. Ehhez képest Dr. Németh Márta (1993) már hét részre osztja a folyamatot, kezdve a partner meghatározásával. A következő szakasz a felkészülés, aztán a megközelítés, a bemutatás, majd a szemléltetés, az ellenérvek kezelése és végül az utógondozás. Az utóbb említett felosztás már nagyon hasonlít ahhoz a megközelítéshez, amit ebben a részben be szeretnék mutatni, ami történetesen a nyolcfázisú tárgyalási modell.

Az említett modell három nagy szakaszra bontható, ami belül megoszlik a nyolc fázis. Az első nagyobb rész az előkészület, ami rögtön két részt foglal magába. Ebből az első fázis a tervezés, amikor információt gyűjtünk a témáról, a másik félről, a helyszínről és megtervezzük, hogy szeretnénk végig vinni a folyamatot. Fontos, hogy gondoljuk a különböző kimenetelekre, valamint azok kezelésére is, illetve, hogy milyen eszközöket szeretnénk felhasználni. (Langer – dr. Raátz, 1999) Ennek keretein belül történik ezen kívül a cél megjelölése, tisztázása.

Ilyenkor tehát meg kell fogalmaznunk egy fő célt, aminek elérése a legfontosabb a tárgyalás közben. Emellett lehetnek persze egyéb céljaink is, de az elsődleges, ezen cél elérése a tárgyalás végeztével. (Hofmeister – Mitev, 2015) Második lépésként ráhangolódunk a tárgyalásra. Ilyenkor a legtöbb tárgyaló próbál pozitív gondolatokra fókuszálni és bejárja a helyszínt.

Ezután jön a második összefoglaló csoport, az interakció. Ezen belül először beszélhetünk a légkörteremtés fázisáról. Ilyenkor megtörténik a bemutatkozás, a felek semleges témákról beszélnek, hogy oldják a kezdeti feszültséget. Ezen kívül itt jelennek meg az első benyomások, amiknél minkét fél törekszik pozitív képet kialakítani magáról, ami hozzájárul a konstruktív légkör kialakításához. A negyedik részben a felek próbálnak bizalmat kelteni egymásban. Erről már az előző fejezetekben is szó volt, hogy mekkora fontossággal bír a bizalom kérésköre, amit mind a tárgyalópartner, mind a vállalat iránt alakítunk ki. Ezen kívül a felek elmondják, hogy mit szeretnének elérni, milyen eredmény lenne számukra a legkíváncsabb. (Langer – dr. Raátz, 1999) Ebben a szakaszban kerül megnevezésre az első ajánlat, minek meghatározása történhet többféle módon is. Ennek alapvetően négy fajtáját különböztethetjük meg. Az első, a józan ajánlat, aminél szeretnénk, ha partnerünk is elismerné az ajánlat korrektségét, hiszen ilyenkor egy valószínűleg tisztességes ajánlattal állunk elő. Ezzel jelezzük, hogy a másik fél is így tegyen. A második az erőszakos ajánlat legfőbb funkciója a meglepetés. Ilyenkor egy olyan ajánlatot teszünk, amire a partner nem is számít, ezért zavarában elfogadja az ajánlatot. Persze az is előfordulhat, hogy megijeszti, ezért pont az ellenkezőjét érjük el. A következő, a „felezés” ajánlat, ami a két nyitó ajánlat közötti egyensúly megtartását hivatott megtartani, így mindenki elégedetten távozik a tárgyalásról. Az utolsó pedig a „lépésről lépésre” ajánlat, aminek a sajátossága, hogy ha egyszer tettünk egy ajánlatot, azt utána már visszavonni nem lehet, csak módosítani rajta. Ezek közül a módszerek közül az első kettő keltette fel igazán az érdeklődésemet, mert ezek izgalmasabb tárgyalási szituációkhoz vezethetnek és szükség lehet hozzájuk rögtönző képességre. Azoknak az embereknek, akik nyomás alatt jobban teljesítenek, azokon szerintem mindenképpen ezeket a módszereket célszerű alkalmazni. Véleményem szerint az utolsó kettő a leírás alapján túl kiszámítható és megalkuvó, ami a céltól függően persze előnyös is lehet. (Simonné, 2008) A következő fázisban az aktív ráhatás a főszerep. Ilyenkor kap helyet a már szintén említett érvelés és meggyőzés, hiszen ilyenkor próbáljuk rávenni a partnert, hogy elfogadja a feltételeinket és azonosuljon az általunk prezentált célokkal. Ezen kívül megtörténik az ajánlattétel is a felek részéről. Az interakciós rész utolsó előtti szakasza a döntés. Ebben a részben illik összefoglalni az elhangzottakat, illetve motiválni a partnert a döntés meghozatalra. Végül pedig jön a lezáró rész, amikor a felek elbúcsúznak

egymástól. Ilyenkor is érdemes igyekezni a kellemes légkör fenntartására függetlenül a tárgyalás kimenetelétől, hiszen sosem tudhatjuk, hogy a későbbiekben milyen ügyben találkozunk a tárgyalópartnerrel.

A harmadik és egyben utolsó nagy rész és lépés ezután az utógondozás. Ez azt jelenti, hogy elemezzük a tárgyalás menetét és eredményét, megvizsgáljuk mit csináltunk jól és kevésbé jól, hogy a következő alkalomra tanulhassunk belőle. (Langer – dr. Raátz, 1999)

2.7 A SIKERTELEN TÁRGYALÁS

A szakdolgozat témája miatt kutattam azzal kapcsolatban is, hogy mitől is lesz egy tárgyalás sikeres vagy éppen sikertelen. Mivel nem szeretném, hogy a fejezet vége negatív hangulatú legyen, ezért most inkább azzal kezdem, mi okozhatja azt, hogy egy tárgyalás nem zárul a várt eredménnyel.

Ha egy tárgyalás nem úgy sikerül ahogy szeretnénk, az nem feltétlen azt mutatja, hogy ne lennénk jó tárgyaló partnerek, hiszen vannak olyan tudatalatti tényezők, amiket nem befolyásolhatunk. Sokszor az előzetesen kialakított gondolkodás - ami lehet ösztönös, vagy csak egy berögződés - van hatással arra, hogyan tárgyalunk. Ez azt jelenti, hogy a tudatalatti meggyőződéseink vezetnek eredménytelen egyezkedéshez. Ennek is több fajtája ismert, de az egyik, ami szerintem a legalapvetőbb és amit mindenképpen szeretnék megemlíteni, az a sztereotipizálás. Ez egy viszonylag hétköznapi fogalom, amit akkor használunk, ha valakit ránézésre, egy tulajdonsága alapján ítélünk meg anélkül, hogy megismernénk. (Barton, 2020) Bár létezik pozitív és negatív sztereotípiák, véleményem szerint, a legtöbb esetben sajnos inkább rosszat feltételezünk a másik emberről, mint jót. Ez szerintem egy nagyon rossz emberi tulajdonság, mégis nagyon sokszor esünk ebbe a hibába akár nap mint nap úgy, hogy talán észre sem vesszük. Ha valamikor azon kapjuk magunkat, hogy valakivel kapcsolatban ismeretlenül is feltételezésekbe bocsátkozunk, az már fél siker, hiszen így tudatosan tudnunk változtatni ezen. Gondoljunk csak bele, hogy a különböző nemzeteket is illetik bizonyos általánosításokkal, amelyek egy tárgyalás közben nem feltétlen előnyösek egyik félnek sem. A következő táblázat is megerősít ebben, hiszen azt mutatja, hogy mit gondolnak rólunk a szomszédos országban élők, illetve, hogy mi milyen sztereotípiákkal illetjük őket. Mint látható ez egyik fél számára sem túl kedvező, így érdemes inkább meghallgatni a másikat és kicsit megismerni őt. Ha valakivel szemben negatív feltételezéseink vannak, arra tudat alatt kevesebb

figyelmet fordítunk, így hasznos információkat hagyhatunk figyelmen kívül, ami erősen befolyásolhatja a tárgyalás további kimenetelét. (Szőke, 2013)

	Autosztereotípiák	Heterosztereotípiák
Mi	Önkép	Mit gondolunk másokról
	(hazafias, vendégszerető, büszke, körmönfont, kishitű)	(pontos, gőgös, udvariatlan, lekezelő)
Osztályok	Mások mit gondolnak rólunk	X csoport mit gondol Z csoportról
	(túlzott nemzeti büszkeség, ravasz, pesszimista, tevékeny, vidám, nagytűlű)	(osztályok a szlovákokról: lopnak, szegények, nacionalisták)

2. táblázat

Kulturális sztereotípiák határon innen és túl

Forrás: Szőke, 2013 (Hidasi 2004, Hunyadi 1996 és 1997, James 2003 alapján)

2.8 A SIKERES TÁRGYALÁS

Ahhoz, hogy sikeres tárgyaló partnerek legyünk, az első és legfontosabb szem előtt tartani, hogy reális egyességet kell ajánlanunk, hiszen így mind a két fél elégedetten fog távozni. Természetesen hatékonyan kell lenni, tehát törekedni kell az egyesség létrejöttére, különben mit sem ér a tárgyalás és végül ügyelni kell az üzleti kapcsolat megtartására. Az előző fejezetekben már említettem olyan stratégiákat és taktikákat, amikre főleg az utolsó pont nem teljesen igaz, de ezek általános célok, amik nem minden esetben teljesülnek.

Alap esetben a tárgyalás elején a két fél elmondja, de legalábbis sugallja, hogy milyen végeredményt szeretne elérni, ám nem szabad ehhez az állásponthoz foggal-körömmel ragaszkodni. Ha senki sem engedne a végső céljából, akkor értelmetlen lenne ilyen találkozót szervezni, mert úgysem vezetnének eredményre. A másik opció, hogy valamelyik fél enged azért, hogy egy viszonylag kedvezőbb kimenetelre jussanak a tárgyalás végére, míg a másik nem tágit az eredeti céljától, így nem alakul ki egy egyensúlyi helyzet, ami könnyen a kapcsolat rovására mehet, hiszen az engedő fél igazságtalannak érezheti az eredményt, ami benne nagy valószínűséggel haragot generál. Ebből a példából is jól látszik, hogy az engedékenység sem jelent megoldást a pozícióvédő tárgyalóféllal szemben, hiszen legközelebb a másik félnek már nem lesz bizalma felé és könnyen hasonló játszmába kezdhet.

Egy tárgyalástechnikai program azonban talált megoldást ez előbb említett helyzetre, mégpedig az elkövető tárgyalás formájában, ami négy alapelvet fogalmaz meg. Az első alapelv rávilágít, hogy tárgyaláskor nem a partner ellen kell fellépünk, hanem egy adott problémát közösen kell

megoldani. A második a már említett védekező pozíció feladására buzdít és arra, hogy több figyelmet fordítsunk a szükségletek kielégítésére mindkét fél esetében, hiszen így alakul ki a harmonikus tárgyalási légkör és alku. A következő alapelv abban segít, hogy ne hozzunk döntést haragból vagy hirtelen felindulásból, hanem inkább próbáljunk közös nevezőre jutni. Véleményem szerint talán ez az egyik legkritikusabb pont, hiszen, ha belegondolunk sokszor még a leggyakorlottabb tárgyalók is kizökkenhetnek valamilyen váratlan reakció vagy ajánlat hatására. Az így kialakult stresszhelyzetben fontos lehiggadni, pár perc szünetet kérni, ahogy erről már a korábbi fejezetekben is szó volt és átgondolni a lehetőségeinket, majd tiszta fejjel folytatni a tárgyalást. A folyamat végén így valószínűsíthetően olyan ajánlat születik, ami mindkét fél számára egyformán előnyös. Az utolsó elv szerint figyelembe kell venni a felek akaratán kívüli kritériumokat is. Ezek véleményem szerint a vállalatok, az állam, illetve a társadalom által elvárt értékekre vonatkozhatnak, hiszen ezek mind befolyásolják egy cég működését és sikerességét. (Fisher – Ury – Patton, 1997)

Véleményem szerint tárgyaláskor nagyon fontos, hogy figyeljünk a partnerünkre, hogy meghallgassuk és hogy ő is figyeljen ránk, hiszen így végül mindketten jó érzéssel távozhatunk a megbeszélésről és az üzleti kapcsolat a jövőben is fenn fog maradni, nem történik ügyfélvesztés egyik résztvevő számára sem.

A fent leírtak alapján úgy vélem, hogy a pozícióvédő tárgyalási hozzáállás nem vezet olyan kompromisszumra, ami mind a két fél számára megfelelő és így akár a partnerségi viszonyt is felbonthatja, ezért fontos a tárgyalások közben az említett négy elv betartása. Az elvkövető tárgyalásnál pedig ezzel szemben előtérbe kerülnek az alapvető vállalati és emberi értékek, a végső eredményre vonatkozó egyensúly és a korrektség. Ha ezeket a lépéseket követjük, könnyen válhatunk sikeres tárgyalókká.

Ebben a fejezetben ismertettem a kutatásom alapjául szolgáló témát, ami véleményem szerint azért izgalmas, mert bár ismerünk különféle taktikákat, stratégiákat és sémákat, mégsem beszélhetünk egy bevált módszerről, ami mindig sikerre vezet, illetve nem találunk két egyforma tárgyalási folyamatot sem a való életben. Ez főleg a rengeteg befolyásoló tényezőnek köszönhető, amiktől igazán egyedi lesz a minden egyes ilyen folyamat.

A következő fejezetben bemutatom témám másik fontos építőelemét, az online kommunikációt és az ehhez kapcsolódó aktualitásokat.

3. AZ ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ

„Descartes híres mondása, a „Cogito, ergo sum” 2020 márciusa óta inkább a „Covid, ergo Zoom” (Covid-járványban élek, tehát Zoomot használok) formában válhatna az oktatás új mottójává.”

(Constantinovits – Vladár, 2021)

3.1 AZ ONLINE KOMMUNIKÁCIÓ

Bevezetésként kiemelem, hogy a téma ezen részéhez felhasználható szakirodalom még viszonylag gyerek cipőben jár, hiszen egy egészen újfajta kommunikációs formáról beszélhetünk. Éppen ezért fontosnak tartom minél aktuálisabb információkkal alátámasztani kutatásom mibenlétét, amihez többnyire folyóiratok voltak a segítségemre, hiszen az internet világa folyamatosan változik, ezért akár a pár évvel ezelőtti könyvek sem feltétlenül mondhatóak aktuálisnak, főleg az utóbbi pandemikus időszak hatásai miatt.

Először is a digitális forradalommal kapcsolatos információkat tartom fontosnak tisztázni, hiszen ez adja a fejezet témájának alapját. Már az 1970-es évektől megfigyelhetőek voltak olyan globális volumenű trendek, amik ezeket az óriási változásokat magukkal hozták. Egyrészt beszélhetünk a digitális forradalomról, amit a tömeges számítógépesítés okozott és ami a termelékenység robbanásszerű növekedéséhez vezetett. Az érme másik oldala viszont, hogy emiatt rengeteg ember veszítette el a munkáját az elmúlt körülbelül 50 évben és ez a szám a digitalizáció fejlődésével egyre csak nő. (Andor, 2018)

Véleményem szerint, rengeteg munkahely szűnt meg vagy alakult át a digitalizáció miatt, a másik oldalról számtalan új munkahely is teremtdött, hiszen többek között a programok megírása, a platformok és robotok programozása, illetve folyamatos fejlesztése és karbantartása emberi munka eredménye. Összességében tehát én ezt inkább átalakulásnak nevezném, ami természetes folyamat az élet minden területén.

Az elmúlt évtizedekre nagy befolyása volt a digitalizációnak, aminek köszönhetően létre jöhetett az online kommunikáció fogalma és gyakorlata. Ez jótékony hatással volt a gazdasági életre, a munkaerő piacra és az életminőségre is, hiszen például egyre több munkahely alakul ki ezzel összefüggésben. A változásra persze nagy szükség volt az internet miatt felgyorsuló világban, ahol szinten mindenki mindig elérhető az online térben. Az online kommunikációnak

köszönhetően másodpercek alatt áthidalható a személyek között távolság és pillanatok alatt juthatunk hozzá a legfrissebb információhoz bármilyen témában, sőt azonnali visszajelzés is adható bármilyen hallott, látott vagy olvasott információról értékelés, vagy véleménymegosztás formájában. Ezt szinkron internetes kommunikációnak nevezzük, hiszen a partnerek valós időben kommunikálnak egymással. Ehhez a témához szorosan kapcsolódik az úgy nevezett prosumer szó, ami alapvetően két szó, a producer és a consumer összevonásából jött létre. Maga a kifejezés véleményem szerint remekül kifejezi azt, hogy mennyire meghatározó ez a fajta kommunikáció, a személyközihez képest, hiszen a tartalmakat sokan már nem csak olvassuk vagy nézzük, de létre is hozzuk. Ezen fogalom létrejöttéhez nagyban hozzájárultak az online közösségi oldalak, ahol nem csak szöveg formátumban, de képi vagy videós csatolmányokkal is kifejezhetjük a gondolatainkat. (Tószegi, 2019)

Ezzel ellentétben az aszinkron kommunikációban nem adható azonnali visszajelzés. Ilyen például egy e-mail vagy akár egy weblap. Ahogy azonban telnek az évek és az internet egyre nagyobb teret hódított magának, folyamatosan alakulnak át a felhasználásához kapcsolódó trendek is. Mindinkább fontos az interakció, az emberek véleménye és a tapasztalatok megosztása. Ennek eredményeképpen létrejöttek a szabadon szerkeszthető fórumok és blogok, tehát bárki elmondhatja/leírhatja a gondolatait, bármilyen témával kapcsolatban. Ahhoz, hogy lépést tudjunk tartani ezzel a folyamatosan fejlődő és változó világgal, persze nekünk is rengeteget kell tanulnunk, de már erre is elérhetők oktatási anyagok digitális formában.

Ennek a speciális kommunikációs formának három elemét különböztetjük meg, ami a tartalom, az eszköz és a felhasználó. Ezek kombinációjából születik meg az online kommunikáció, aminek az előbbieknél köszönhetően rengeteg variációja ismert. (Szűts, 2015)

3.2 ONLINE KOMMUNIKÁCIÓS KIHÍVÁSOK

A téma bevezetésében kiemelt idézet nagyon megtetszett az egyik cikket olvasva, hiszen ezek a gondolatok teljes mértékben leírják az elmúlt egy évünket. Nem csak a diákoknak, de sok munkavállaló számára is az online tér és az online kommunikáció jelentette a megoldást a pandémia idején. Az elérhető online platformok segítségével megoldhatóvá vált a valós idejű kommunikáció a különböző helyeken tartózkodó emberek között. Mivel mindannyian különbözünk és ezt a helyzetet is mindenki máshogy élte meg, nem mindenki volt megelégedve az így kialakult kapcsolattartással. Voltak, akik leginkább a technikai nehézségekre és a hiányzó személyes kapcsolatokra panaszkodtak, tehát kijelenthetjük, hogy a kommunikációs csatorna nem volt kiegyenlített minden résztvevőnél, ami akadályokat generált.

Sokaknál a szükséges eszközök hiánya is problémát jelentett, mint a mikrofon, a webkamera vagy akár egy olyan laptop vagy számítógép, ami órákon keresztül képes az ilyen mértékű igénybevételre. A mikrofon lenémítása sok esetben alapvető követelmény volt, hiszen több résztvevőnél túl nagy háttérzaj keletkezett, a némítással viszont egy irányú kommunikáció jött létre. Másrészt túl sok kamerahasználó esetében a résztvevők nagy része nem látszódott vagy a rendszer sok esetben összeomlott miatta, így ez sem jelentett 100%-os megoldást.

A webkamera használata más szempontból sem volt közkedvelt, mert sokaknak kellemetlen szituációt jelentett az otthoni környezet megmutatása, ami akaratlanul is látszódott a videóhívások közben. Erre létezett persze egy olyan megoldás, mint a választható hátterek, de sajnos ezek még nem teljesen kiforrott képet adtak, így hivatalos megbeszélés vagy tárgyalás közben nem feltétlenül volt ajánlatos a használatuk. Ennek bizonyítására szeretnék idézni egy részletet a cikkből, ami egy hallgató szavait jegyzi le: „[...] *A kamerahasználatot részemről az gátolta, hogy nem szerettem volna beinvitálni a hallgatótársaimat a hálósobámba/nappalimba, még akkor sem, ha éppen előző nap takarítottam. Nem volt komfortos számomra, hogy a csoporttársaim a háttérben alvó kiskutyámat nézegetik, miközben én próbálok a tárgyról nyilatkozni.*” (Constantinovits – Vladár, 2021)

3.3 AZ ONLINE PLATFORMOK HASZNÁLATA ÉS AZ ADATBIZTONSÁG

A nehézségek vizsgálata ezen kívül érdekes lehet a férfiak és a nők megoszlásában is. Éppen ezért a KSH oldalán kutatva rátaláltam egy táblázatra, ami segíthet ennek utánajárásában.

A tévézés, videózás, internetezés fordított időtartam aránya a 15–74 éves népesség szabadidején belül 2010-ben, %			
Nemek szerint			
<i>Férfi</i>		<i>Nő</i>	
Tévézés, videózás, internetezés	57,4	Tévézés, videózás, internetezés	56,3
Társas szabadidőtöltés	17,3	Társas szabadidőtöltés	18,8
Kulturális intézmények látogatása	0,7	Kulturális intézmények látogatása	0,8
Olvasás	6,2	Olvasás	8,6
Séta, sport, testedzés	6,6	Séta, sport, testedzés	4,5
Hobbi jellegű tevékenységek	3,1	Hobbi jellegű tevékenységek	4,5

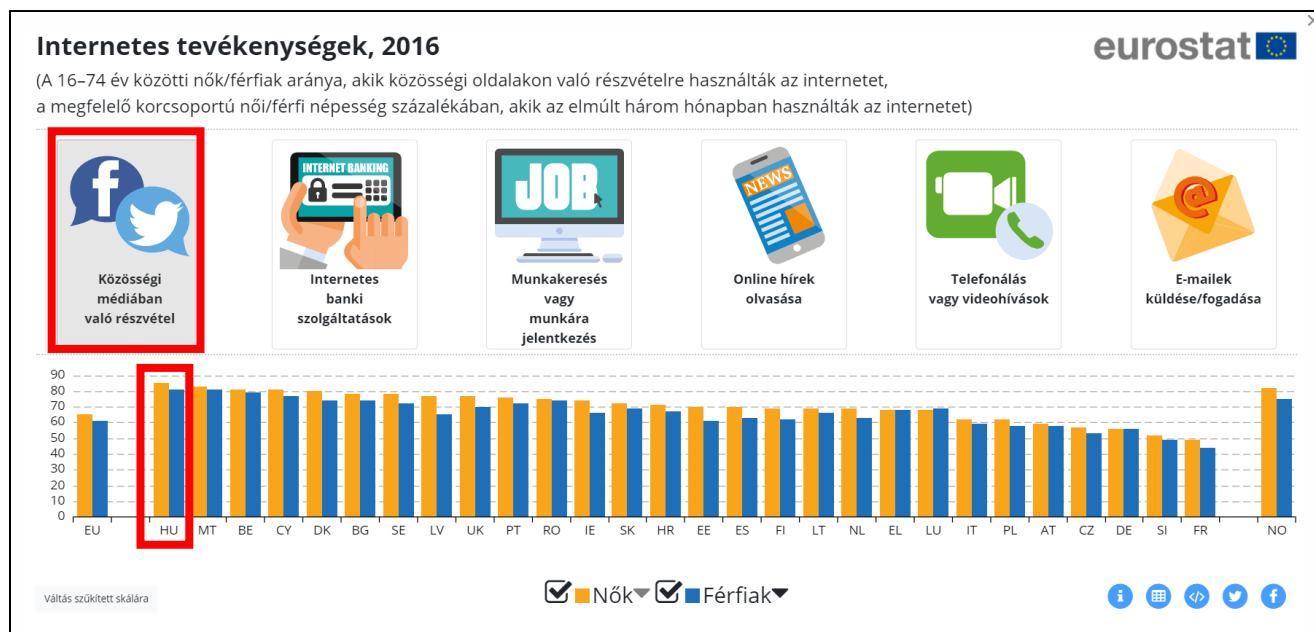
3. táblázat

Az egyes kulturális és szabadidős tevékenységekre fordított időtartam aránya a 15–74 éves népesség összes szabadon felhasználható idején belül (%)

Forrás: https://www.ksh.hu/thm/2/indi2_10_2.html?lang=hu

A táblázat sárgával jelölt részei relevánsak a kutatás szempontjából, hiszen ezek mutatják, hogy a nők és a férfiak hány százaléka internetezik szabadidejében. Az adatok a 2010-es évre vonatkoznak. A táblázat alapján látszik, hogy mindkét nem esetében hasonló százalékos eredményeket kaptunk, tehát a nőknek és a férfiaknak is több mint fele végzi ezt a jellegű tevékenységet, ha jut rá ideje. Alapvetően szerintem kijelenthetjük, hogy a „Gyakorlat teszi a mestert” elvet alapul véve, minél többet foglalkozunk valamivel, annál jártasabbak leszünk benne, hiszen a használat közben felfedezünk új funkciókat, vagy esetleg utánajárunk adott érdekesnek vélt témának, így folyamatosan fejlődik akár a technikai tudásunk is, illetve az ehhez használt eszközök ismerete is. A két adat szerint tehát nincsen különbség a nemek között annak tekintetében, hogy melyikük használja többet vagy ki jártasabb az eszközekezelésben az internetezéssel kapcsolatban.

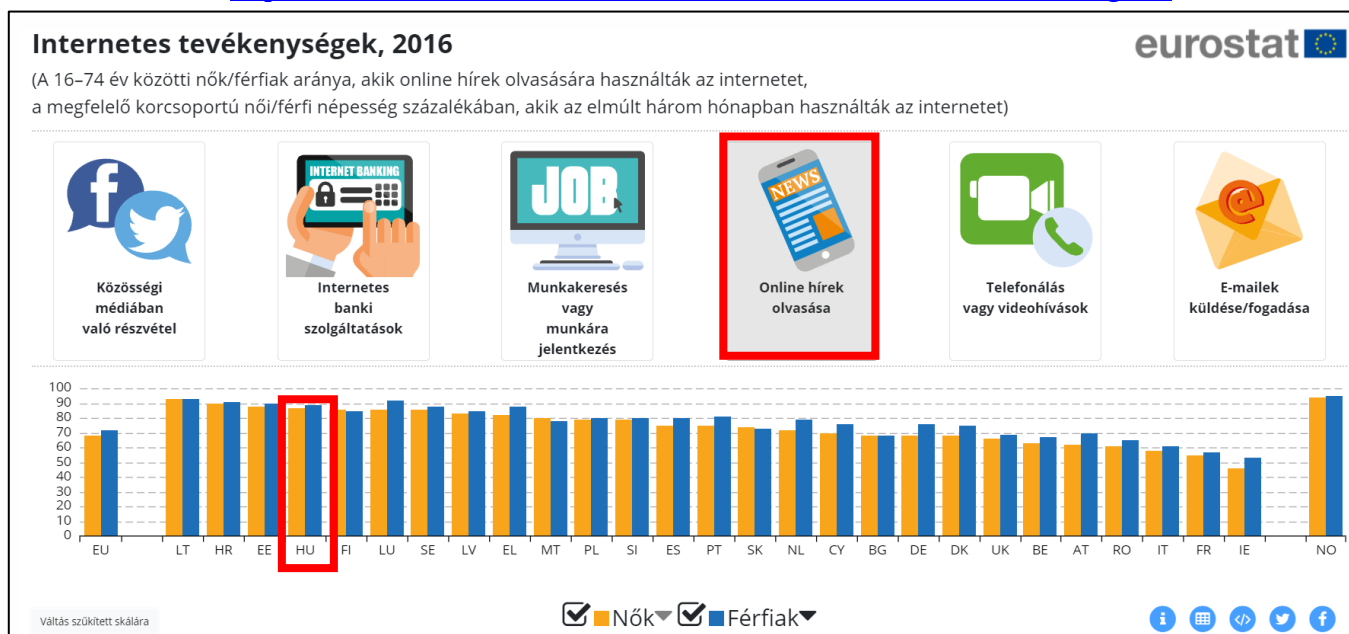
Következő lépésként vizsgálandók az internetezési szokások, hiszen attól függetlenül, hogy az előző 3. táblázat szerint nincs különbség az internetezési idő között a nemeknél, attól még lehet, hogy teljesen más célra használják azt. Ezt hivatott bemutatni a következő, 3. és 4. ábra.



3. ábra

Közösségi médiában való részvétel

Forrás: <https://www.ksh.hu/interaktiv/eurostat/womenmen/bloc-3c.html?lang=hu>



4. ábra

Online hírek olvasása

Forrás: <https://www.ksh.hu/interaktiv/eurostat/womenmen/bloc-3c.html?lang=hu>

A diagrammok pirossal kijelölt részében jól látható, hogy a magyar nők nagyobb része főleg a közösségi oldalak böngészésére használja az internetet, míg a férfiak a világhálón töltött idő nagy részében híreket olvasnak. Ebből következik, hogy a férfiak valószínűleg tájékozottabbak akár az online botrányokkal kapcsolatban, hiszen megbízhatóbb forrásokból értesülnek róla, mint a közösségi média.

3.3 A ZOOM ÉS HIBÁI

Az előző részben kijelentettekhez kapcsolódóan utánanéztem azoknak a botrányoknak, amik az elmúlt időszakban meghatározók voltak az online platformokkal kapcsolatban.

Ma már számtalan online platform áll a rendelkezésünkre, hogy megkönnyítsék az online térben zajló kommunikációt. Ezek alapját első sorban a Zoom nevű alkalmazás adta, melynek népszerűségéhez sokban hozzájárul, hogy bármilyen eszközön használható, illetve, hogy több extra funkciót is magában hordoz a kép- és hanghíváson kívül. A Tudományos és műszaki tájékoztatás c. folyóirat cikkében olvasható egy interjú Harry Moseley IT vezetővel, aki az alkalmazás fejlesztéséért felelős, miszerint 2019 decemberétől 2020 áprilisára 30-szorosára nőtt a felhasználók száma. A vállalat számít rá, hogy a pandémia lecsengése után is maradnak home office munkahelyek, illetve a hibrid munka is valószínűsíthetően az életünk része lesz, ezért a fejlesztők tudatosan igyekeznek felkészülni az ehhez szükséges stabil informatikai háttér biztosítására. A vállalat fejlesztői természetesen szeretnék minél több újdonsággal előrukkolni, ezért most a titkosított telefonos hívások bevezetése a következő célkitűzésük, ami a nagyvállalatok életében óriási jelentőséggel bírhat a későbbiekben. Ezzel a lépéssel a cég megtarthatja vezető pozícióját a piacon és rengeteg új felhasználóval gazdagodhat. (Berta, 2020)

A Zoommal kapcsolatban azonban több helyről is lehetett negatívumokat is hallani. A platform felhasználóinak száma a COVID-19 terjedése miatt hozott korlátozó intézkedéseknek köszönhetően hihetetlen mértékben megnőtt. Nemsokára azonban kiderült, hogy az alkalmazás a Facebooknak továbbított adatokat a felhasználókról. Később a cég elismerte a hibát, ám tagadták, hogy szándékosan kerültek volna ki az információk. Közben azonban napvilágot látott az a tény, miszerint az oldal fizetett a Zoomnak az adatokért, így megkérdőjelezhető a cég szavahihetősége. Pár nappal ezután módosításra kerültek a program adatvédelmi irányelvei, mert az első verzióban a cég számára lehetséges volt a felhasználók online találkozóin

elhangzottak begyűjtése. Nem sokat kellett várni az úgy nevezett „Zoombombing” jelenségre sem, ami keretein belül idegen személyek hivatlanul csatlakozhattak be mások megbeszéléseibe. Ha ez nem lenne elég, az esetek nagy részében obszcén tartalmakat mutattak a hívások közben. Hogy ez, hogy volt lehetséges? A hivatlan felhasználók teljesen véletlenszerűen beírtak egy 9, 10 vagy 11 jegyű ID-t, amit a rendszer a beszélgetésekhez generál és már bele is csöppentek a hívásokba. Válaszlépésként a cég csak az oktatásban használatos ID-kat változtatta meg, egyéb vállalatok megbeszélései ugyanúgy szabad prédává váltak a betolakodóknak. Azonban a Zoom talán legnagyobb hibája akkor következett be, amikor állításuk szerint bizonyos módon titkosítani lehetett a felületükön folytatott megbeszéléseket. A megnevezett funkció ("end-to-end encryption") jelentése alapvetően, hogy a beszélgetésben résztvevő felhasználókon kívül senki nem férhet hozzá az elhangzottakhoz. Hamar kiderült azonban, hogy más cégnek nem adták át a megszerzett adatokat, de a cégnek ugyan úgy hozzáférése volt a hívásokhoz. Az előző cikk pár hónappal a most összefoglaltak után íródott, így remélhetőleg a cég valóban komoly erőfeszítéseket tesz azért, hogy visszaszerezze felhasználói bizalmát és kielégítse azokat az igényeket, amelyeket egy a mostanihoz hasonló kényszer szituáció megkövetel. (HLács, 2020)

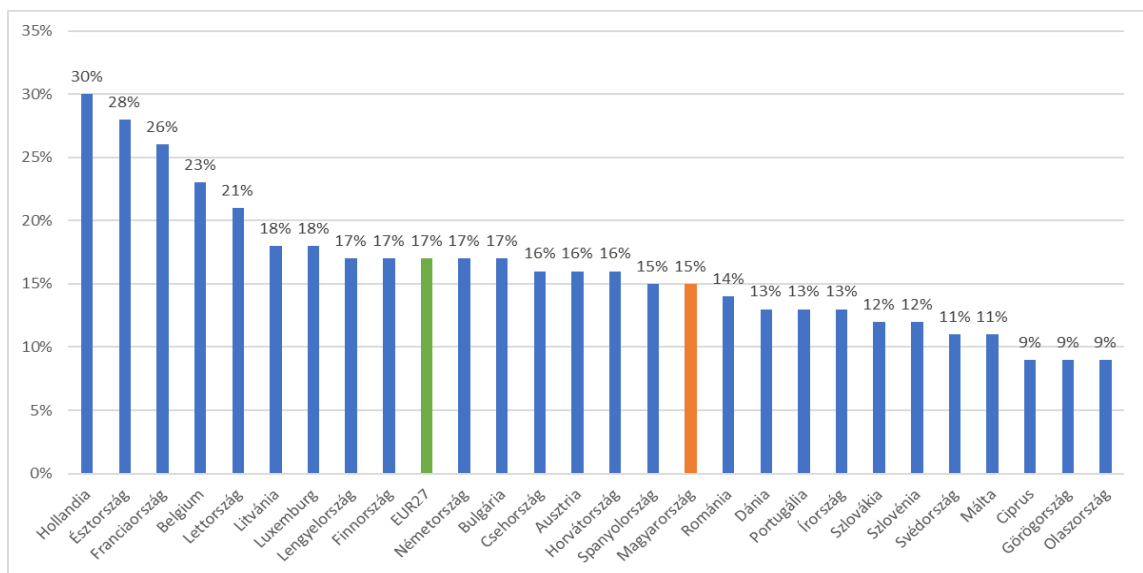
3.4 ONLINE KAPCSOLATTARTÁS ÉS HOME OFFICE

A Komárom-Esztergom megyei könyvtárszakmai folyóirat májusi számában megjelent egy érdekes cikk az online kapcsolattartással kapcsolatban. Az ihletet a tavaly kialakuló gyors változás adhatta, hiszen sok munkahely szinte egyik napról a másikra váltott a jelenléti tevékenységekről az internet által kínált lehetőségek felé azért, hogy a munkatársak minél kevesebbszer kerüljenek közvetlen kapcsolatba egymással. Dollmayer Bea, a cikk írója szerint ez egy olyan átalakulási folyamat, ami a mai napig tart, hiszen ez egy teljesen új módja a munkavégzésnek, amit mindenkinek tanulnia kell. Ki kell alakítani egy új napirendet, új programokkal és funkciókkal kell megismerkedni, ami a legtöbb ember számára nagy kihívást jelent. Mint tudjuk, már rengeteg platform elérhető az online kommunikáció létrehozására, mint például a Zoom, Microsoft Teams vagy a Skype. Ezen kívül beszélhetünk különböző Google alkalmazásokról is, amik a segítségünkre lehetnek, mint a naptár vagy a drive, hiszen ebben az időszakban is szükség volt a feladatok követésére, illetve a nagy méretű fájlok továbbítására. (Dollmayer, 2020)

Véleményem szerint sok munkahely fogja a pandémiás időszak után is használni ezeket az alkalmazásokat, hiszen többük is képes a munka megkönnyítésére. Itt a kommunikációs és tárgyalási aspektusra gondolok, hiszen más országokban élő tárgyalópartnerek esetében nehéz összehangolni, hogy mindegyik fél egy időben, egy helyen jelenjen meg, ám egy videó hívás ezt is leegyszerűsíti, mivel nem kell elutazni más országba, nem kell szállást és külön étkezést fizetni, így a cégek időt és pénzt is spórolhatnak, nem utolsósorban pedig ez a lehető legkörnyezetkímélőbb megoldás jelen pillanatban.

2020 márciusa óta - a pandémia berobbanása óta – tehát rengeteget változott a munkakultúra, hiszen mint arról már szó volt, számos ember kényszerült otthoni munkára. Előfordult sajnos olyan is, hogy a világjárvány miatt rövidített munkaidőben kellett dolgozni, de a munkahely elvesztése sem volt ritka bizonyos iparágakban. Ezt azért tartottam fontosnak megemlíteni, hiszen alapesetben nem ennyire felkapott a home-office és az online munkavégzés témaköre, így véleményem szerint érdemes tisztázni, miért is ennyire hangsúlyos és kutatásra érdemes témakör ez. (Shephard, 2021)

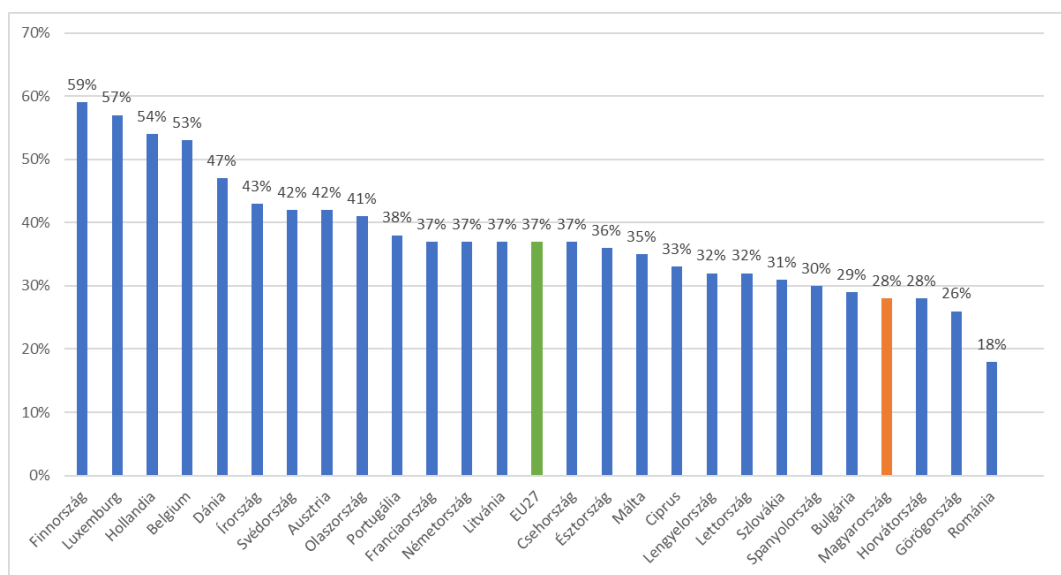
Egy osztrák kutatásból az is kiderül, hogy a bevezetett intézkedések hatására nagyjából 1,3 millió ember került át rövidített munkaidőbe, ahol pedig lehetséges volt, otthonról dolgoztak az emberek. Ezen kívül 530.000 főre emelkedett a munkanélküliek száma. A következő 2 ábrán látható százalékos megoszlása annak, hogy országoként mennyire volt jellemző a távmunka a COVID-19 előtti időszakban, illetve a COVID-19 után. (Schwarzbauer - Wolf, 2020)



5. ábra

Azon emberek százalékos megoszlása, akik a COVID-19 előtt egy héten többször otthonról dolgoztak

Forrás: Eurofound [2020], Work, teleworking and COVID-19 dataset,
<https://www.eurofound.europa.eu/data/covid19/working-teleworking>



6. ábra

Azon emberek százalékos megoszlása, akik a COVID-19 miatt kezdtek otthonról dolgozni

Forrás: Eurofound [2020], Work, teleworking and COVID-19 dataset,
<https://www.eurofound.europa.eu/data/covid19/working-teleworking>

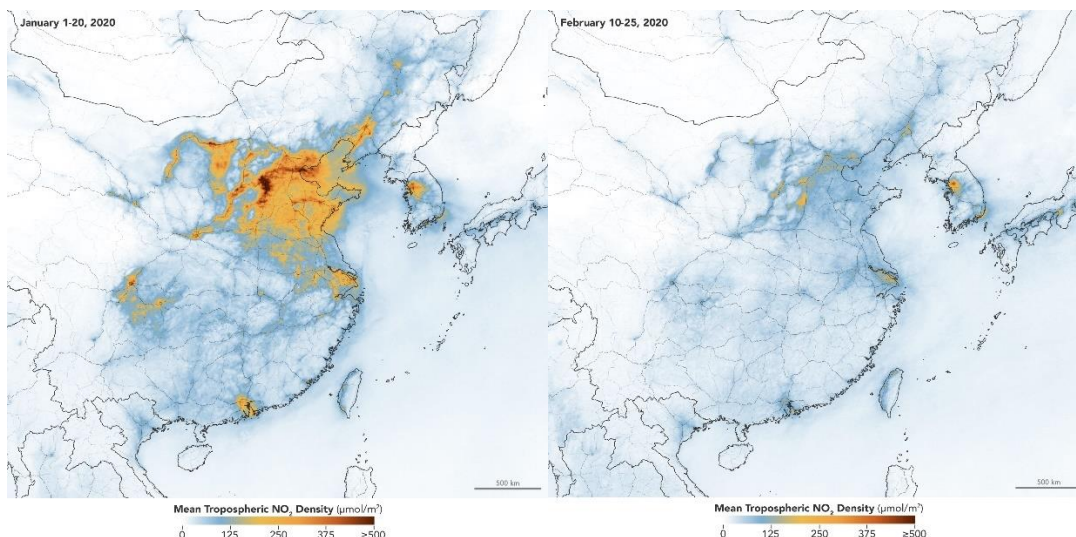
A két ábrát összehasonlítva látható, hogy Finnországban 17%-ról 59%-ra ugrott az otthonról dolgozók száma, ami majdnem 3,5-szeres növekedést jelent. Az utolsó helyen Olaszország állt a járvány előtt 9%-kal, viszont a járvány ideje alatt 41%-ra nőtt a home office-ban dolgozók száma. Magyarországot vizsgálva is nagyjából kétszer annyi ember dolgozott otthon a pandémia alatt, mint előtte, ami, habár nagy különbségnek tűnik, a zölddel jelölt EU átlagnál mind a két esetben kevesebbet jelent.

Kerekesné Fuli Anikó író egyik cikke is a témához kapcsolódik, aki bevallása szerint sok emberhez hasonlóan maga is nehezen alkalmazkodott a helyzethez. Abszolút egyet tudok érteni az álláspontjával, miszerint nagyon fontos a személyes kapcsolattartás, de érthető az is, hogy a karantén korlátozások ezt nem tették lehetővé, így más megoldás után kellett nézni, amit az előző bekezdésben is említett alkalmazások nagyban segítettek. (Kerekesné, 2020)

3.5 A TÁVMUNKA KÖRNYEZETRE GYAKOROLT HATÁSA

Az előző cikkekhez kapcsolódóan a home office-nak köszönhetően nem csak költséget és időt takaríthatunk meg, hanem fontos szempont lehet a károsanyagkibocsátás és az ökológiai lábnyomunk csökkentése is. Úgy gondolom, hogy a járvány miatt hozott intézkedések nagyban hozzájárultak az előbb említettek mérsékléséhez, hiszen a légi közlekedés minimális volt ebben az időszakban, az otthoni munka miatt pedig kevesebb autó járt az utakon és természetesen nem kellett megbeszélésekre, konferenciákra vagy tárgyalásokra utazni sem, hiszen ezek nagy része is online zajlott. Sajnálatos módon azonban első sorban ez nem környezettudatosági döntés volt, hanem ahogy az előbb említettem, a járvány kényszerített rá minket ezekre a megoldásokra. Ettől függetlenül, a jövőre nézve hasznos lenne néhány alternatíva megtartása, a környezet védelmének szempontjából, illetve a vállalatoknak pénz és idő takarékosági szempontból. Mivel dolgozatomban nem csak a saját véleményemet és feltételezéseimet fogalmazom meg, ezért az említett hatásokat tudományosan is igyekszem alátámasztani.

„A koronavírus elérte azt, amit Greta Thunberg nem tudott” (Jancsó, 2020). Ez a mondat egy közösségi médiában terjedő kép felirata, ám a helyzetet valóban jól ábrázolja.



7. ábra

Levegőben terjedő nitrogén-dioxid koncentráció csökkenése Kína felett

Forrás: NASA Earth Observatory images by Joshua Stevens, using modified Copernicus Sentinel 5P data processed by the European Space Agency

Ahogy a NASA és ESA képein is jól látható, 1 hónap leforgása alatt drasztikusan csökkent az NO₂ kibocsátás Kína felett. Az első felvétel a normál állapotot mutatja, a második pedig már a karantén bevezetése miatti lecsökkent értékeket. Christoph Keller a Universities Space Research Association fő szerzője szerint is várható volt a karantén miatti levegőminőség változás. (Streiff, 2020)

A járvány megakadályozására hozott intézkedések miatt tehát általánosságban kijelenthető, hogy javult a levegő minősége 2020-ban, hiszen csökkent a közúti forgalom. Az Országgyűlési Hivatal közleménye szerint Magyarországon a korlátozások életbe lépésekor drasztikus csökkenésnek indult a NO₂ koncentráció. Az EEA ehhez kapcsolódó cikke alapján 2020 márciusában Budapesten például 51%-kal csökkent a koncentráció egy hét leforgása alatt. (Elekházy, 2020) A CO₂-n kívül azért fontos a NO₂-ről is szót ejteni, mert ez a gáz felelős az üvegház hatás kialakulásáért, ezért ennek csökkenése is jótékony hatással lehet a környezetünkre. (KSH, 2003-2018)

Az előző bekezdés feltevéseit alátámasztja a Magyar Tudományos Akadémia kapcsolódó cikke is. A vírus megfékezésére bevezetett ipari és közlekedési korlátozások az MTA Földtudományok Osztályának elnöke szerint is nagymértékben csökkentették a szennyező anyagok koncentrációját. Korábbi modellek is ezt az eredményt mutatták, de az elmúlt

időszakban mért értékek igazolják is a számításokat. A cikk kitért a korlátozások feloldása utáni időszakra is, és egyáltalán nem meglepő módon a szabályok enyhülésével újra nőni látszik az NO₂ koncentráció.

Az előbbi idézet, ami Greta Thunberg-et említette, elindított azonban egy másik gondolatot is fejemben. Vajon lehet különbség a nők és a férfiak környezetvédelemhez való hozzáállásában? Vagy ez független a nemektől és inkább az ember értékrendjétől függ? Grazia Francescato politikusnő szerint igaz, hogy a környezetvédelmi mozgalmakkal kapcsolatban főleg női nevekkel találkozhatunk, hiszen ezek az események főleg a női értékekre hagyatkoznak, mint a gondoskodás és felelősségvállalás akár a bolygó, akár más élőlények iránt. Ez persze nem azt jelenti, hogy a férfiaknak nem feladata ugyan úgy figyelni a Földre és védeni azt, sőt ez mindkét nem életében ugyan olyan fontossággal kell, hogy bírjon. Vannak persze már például olyan férfi kozmetikumot forgalmazó cégek, amik odafigyelnek az környezetbarát csomagolásra vagy az újrahasznosított anyagok felhasználására, de ezek közel nincsenek akkora számban és nem költenek annyit a termékeik reklámozására, mint az ugyan ilyen paraméterű női termékek gyártói. Összességében tehát elmondható, hogy a világ mintha a nőktől várná el az ökolábnyom csökkentését és minden ehhez kapcsolódó tevékenységet, de a férfiaknak is ugyan olyan kötelességük szívügyüknek tekinteni a bolygó jövőjét. (Iván, 2020)

3.6 ONLINE ÜZLETI TÁRGYALÁS

Mint ahogy az előző bekezdésekben is említettem, az elmúlt időszakban megjelenő pandémia miatt egyre jellemzőbb lett az online platformok segítségével folytatott kommunikáció. Az ide kapcsolódó cikkben, Kanyok Gabriella kommunikációs szakember nyilatkozata alapján kiderül, hogy attól függetlenül, hogy mennyi költséget és időt spórolhatunk az online megbeszélésekkel, továbbra sem fognak teljesen eltűnni az egyébként sokkal hatékonyabb személyes jelenléttel folytatott tárgyalások.

Ez több okra is visszavezethető, de főként az előző fejezetben is említett nonverbális kommunikációs jelek hiánya okoz problémát az online üléseken, hiszen egy kamera nem adja vissza 100%-ig hitelesen egy személy mozdulatait, ami könnyen félreértésekhez vezethet, illetve szerintem sokakat már maga a webkamerás megbeszélés is sokkal jobban feszélyez, mint egy személyes tárgyalás. A webes megbeszélések másik nagy buktatója, hogy ami az interneten keresztül történik, azt később a hozzáértő (akár rosszakaró) személyek visszakereshetik még

akkor is, ha konkrét felvétel nem készül az eseményről. Ez véleményem szerint főleg a nagyvállalatoknál probléma, ahol így akár vállalati titkok is kiszivároghatnak, vagy rossz kezekbe kerülhetnek. Erre keresnek megoldást a korábban már említett Zoom-fejlesztők is. Az online meetingek hátrányainál még meg kell említeni, hogy nagyobb a késztetés az internetes szörfölésre, amikor azt hisszük, hogy senki sem lát, ám ez tiszteletlenség. Ezen kívül, egy személyes találkozásonál kénytelenek vagyunk az alkalomhoz illően felöltözni, de egy online tárgyalásnál ezt is sokan könnyelműen veszik, és egy otthonról történő megbeszélés során lehet, hogy csak a felső ruházatra fordítanak figyelmet, mondván, úgyis csak az látszik. Meg kell még említeni a megfelelő háttér fontosságát is, hiszen ez is sokat elárul a partnerről. Ennek megoldására már léteznek előre telepített hátterek, de ezek még nem működnek tökéletesen, ezért érdemes inkább egy semleges helyet választani az online tárgyalás lefolytatására. Amikor egy online megbeszélésre gondolunk, akkor másfajta problémákkal kell szembenézni, mint egy jelenlétinél, hiszen időt kell szánni a mikrofon és a webkamera működésének tesztelésére, illetve a hálózat stabilitása is kérdéses lehet. (Nótin, 2021)

Erdős Zsuzsanna szintén megbízható forrásnak bizonyult a témában, hiszen az üzleti etikett szakértőként neki nagyobb rálátása van arra, hogy egy hivatalos találkozáson, vagy tárgyaláson mit illik és mit nem. Természetesen őt is foglalkoztatta az utóbbi időszakban kialakult helyzet, valószínűleg ezért is írt egy cikket a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Központ online magazinjában erről. A cikk célja, hogy segítsen abban, hogyan viselkedjünk profin az online meetingeken. Ahhoz, hogy jó első benyomást keltsünk, elengedhetetlen a pontosság, amit a jelenléti tárgyalásoknál is nagyon komolyan kell venni. Az előzőekben már említettek szerint érdemes nagy hangsúlyt fordítani a háttér megválasztására, ám ha valamely partnerünk mégsem így tesz, nem illik ezt szóvá tenni, hiszen nem tudhatjuk mi áll a háttérben. Online térben tartott tárgyalás közben fontos, hogy mindig a kamerába nézzünk, mert így tudjuk tartani a „szemkontaktust” partnerünkkel. A tárgyalás végén érdemes ugyan úgy összefoglalni a hallottakat, mint a jelenléti tárgyalásoknál, és észben kell tartani, hogy az elköszönés után kikapcsoljuk a mikrofont és a kamerát, nehogy olyan dolog hangozzon el, ami a másik felet kellemetlenül érinti. Azzal a szakértő is egyetért, hogy az online megoldás sokkal költség-, és időhatékonyabb jelenléti társánál, tehát érdemes figyelni a fentebb felsoroltakra, mert nagy valószínűséggel a későbbiekben is segítségünkre lesznek majd ezek a tanácsok. (Erdős, 2020)

Kutatásom célja, hogy az újonnan és főleg kényszerűségből létrejött online térben zajló tárgyalási formát vizsgáljam. Ezen kívül az ehhez kapcsolódó trendek és tendenciák is

foglalkoztatnak, amik az öltözködési szokásokat és a kommunikációs csatornákat és felhasználói tapasztalatokat illeti.

4. KUTATÁSI MÓDSZEREK

A kutatás körülményeit illetően fontosnak tartom kiemelni, hogy egy online kérdőív segítségével gyűjtöttem az adatokat. A használt Google Űrlap előnyei, hogy könnyen szerkeszthető, változtatható a kérdések sorrendje, illetve rendelkezik véletlenszerű sorrend generáló funkcióval. Esetemben azonban erre nem volt szükség, hiszen a kérdések logikai sorrendje fontos szerepet játszott a kutatásban. Ezen kívül a válaszadási lehetőségek tekintetében számos opció közül választhatunk és a felület az eredmények összesítésében is segít. Kérdőívemben megtalálható több válaszlehetőség egyidejű választását lehetővé tevő kérdéstípus, illetve vannak Likert-skálás kérdések is. Ezeken felül egy válasz megadására lehetőséget nyújtó kérdéseket is alkalmaztam, de a szabad válaszos kérdéseket igyekeztem elkerülni, mert ezek egyrészt elijeszthetik a válaszadókat, mert nincsenek megadott lehetőségek, illetve a későbbi elemzésük is sokkal nehezebb. A kapott adatok importálhatók Excel formátumba, ami a későbbiekben nagyban megkönnyíti a kiértékelés menetét. Úgy gondolom, hogy a mai világban az online megosztásokon keresztül könnyen lehet sok emberhez elérni, melyre ez a felület megfelelő. Továbbá a kutatás témájához kapcsolódóan is ezt találtam a legkézenfekvőbb megoldásnak, hiszen az online platformok használata szoros összefüggésben van az online kommunikáció kérdéskörével. A kérdőív 2021.09.16-án került megosztásra, elsősorban az egyik legnépszerűbb közösségi média platformon, a Facebookon. Ezen kívül a LinkedIn felületre is felkerült a kérdéssor, illetve egyes cégekhez is kiküldésre került. A kitöltést 2021.10.05-én zártam le, mert ekkorra már egyrészt eltelt annyi idő, hogy a fő célcsoportom elérhető tagjaihoz elért a kérdőív, másrészt pedig rendelkeztem akkora kitöltési számmal – összesen 104 kitöltéssel -, amivel úgy gondoltam, hogy folytathatom a kutatást és a minta segítségével valós és reális eredményeket kaphatok. A kitöltők célcsoportja a tárgyalásokat (jelen helyzetben online tárgyalásokat) folytató személyek voltak, nemtől, végzettségtől, lakhelytől és életkortól függetlenül. A 19 kérdésből álló Űrlap kitöltése nagyjából 2 percet vett igénybe és a válaszadók név nélkül nyilatkozhattak új rutinjaikról. A kitöltésre véleményem szerint ez volt a legmegfelelőbb időpont, hiszen a vírus első három hulláma elég tapasztalatot jelent a magabiztos válaszadásra.

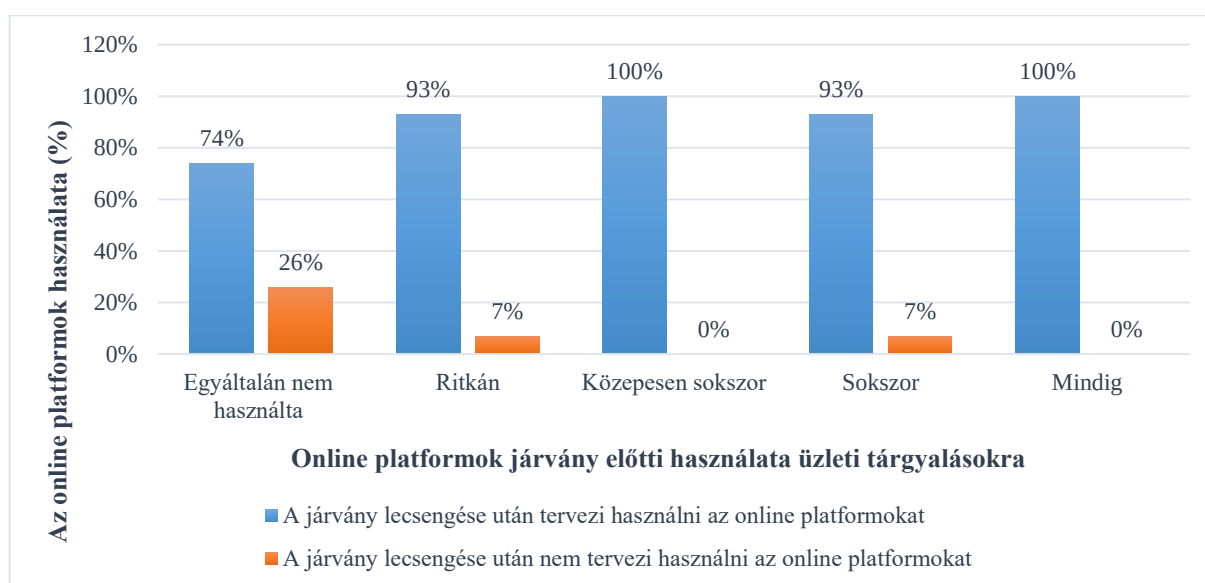
Kutatásom fókuszában a járvány okozta új helyzet és az ezzel járó változások, trendek, illetve az emberek tapasztalatainak vizsgálata áll. Feltérképezem, hogy milyen összefüggés van az online eszközök járvány előtti és a jövőbeni használati hajlandósága között, és ha találok szignifikáns kapcsolatot, akkor az mivel magyarázható. Ezen kívül a tapasztalt nehézségek mellett az öltözködési szokások változására is kíváncsi vagyok. Érdekes kérdéskör

természetesen az adatbiztonság is, hiszen az online tárgyalások közben sokszor bizalmas vállalati információk is elhangozhatnak, amelyek kiszivárgása komoly következményekkel járhat. Szintén kitértem a környezetvédelmi szempont jelentőségére is, hiszen a korlátozásoknak köszönhető pozitív hatások voltak észlelhetők ezen a területen. Azért tartottam fontosnak feltenni ezzel kapcsolatos kérdést is, mert ez egy kényszerhelyzet okozta járulékos „nyereség”, éppen ezért lesz érdekes elemezni a kapott adatokat a témában.

A kérdőív alapján tehát elemzem a kapott eredményeket. A kiértékelést nagyban segítette a JASP program, ami a válaszok közötti összefüggések vizsgálatát tette lehetővé. A kapott válaszokat egy Excel táblázat segítségével a JASP számára is felhasználhatóvá alakítottam, így a kapott válaszok már összevethetőek voltak. Az adatelemzés során a Khi-négyzet próbát és keresztábra elemzést használtam, mert ezzel lehetővé vált vizsgálni, hogy vajon van-e kapcsolat a vizsgált változók között. A következőkben erre szeretnék példákat hozni, illetve a kapott eredmények vizsgálatát is elvégzem. A Khi-négyzet próba során azon változók közötti összefüggést tekinthetjük szignifikánsnak, amelyek p értéke 5%, tehát 0,05 alatt található.

5. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

A nyolcadik ábra segítségével összehasonlítható az online platformok, mint az említett Microsoft Teams vagy Zoom, illetve a Skype és a Google Meet járvány előtti és járvány utáni használati hajlandósága üzleti tárgyalásokra. A khi-négyzet próba alapján jelentős kapcsolat található ($\chi^2 = 11,067$; $p = 0,026$) a két változó között. A Cramer's V értéke 0,326, tehát ez alapján közepesen gyenge kapcsolat van az összehasonlított változók között. A diagramm alapján jól látható, hogy akik a járvány előtt egyáltalán nem használták ezeket a felületeket, ám a COVID-19 miatt hozott intézkedések miatt rákényszerültek a használatukra, azok 74%-a a lecsengés után is szándékozik tárgyalásokat folytatni az online platformok segítségével. A vírus előtt közepesen sokszor, illetve mindig ezt az opciót használó személyek válaszai között szinte ugyanazokat a válaszokat kaptam, ami azt jelenti, hogy aki a járvány előtt is például a Teams-et vagy bármely másik lehetőséget használta, ők továbbra is terveznek ezeken keresztül üzleti tárgyalásokat folytatni.



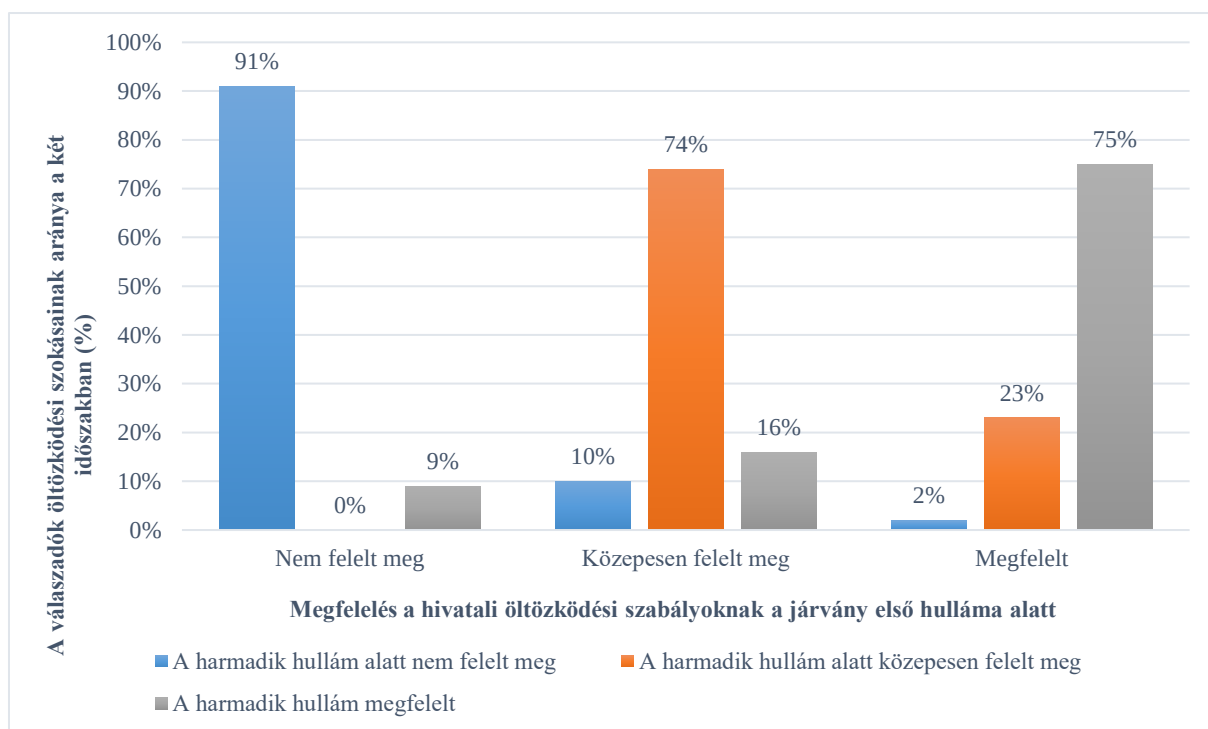
8. ábra

**Az online platform használat gyakoriságának összehasonlítása a járvány előtt és után
(n=104)**

Forrás: Saját szerkesztés

A kilencedik ábra az öltözködési szokások változását hivatott bemutatni. Alapvetően kíváncsi voltam, hogy a járvány időszaka alatt, mennyire és milyen irányba változtak az öltözködési szokások. Ezen kérdés gondolata akkor merült fel bennem, amikor az egyik első fejezetben a tárgyalást befolyásó tényezőkről írtam. Ennek hála, elgondolkoztam, hogy vajon milyen hatásai

lehetek a home office-nak az öltözködési szokásokra nézve. Saját tapasztalataimból kiindulva azt feltételeztem, hogy minél többet dolgoztunk vagy tanultunk otthonról, annál inkább „elkényelmesedtünk”, tehát kevésbé figyeltünk oda a megjelenésünkre és bőven megelégszünk azzal, ha egy videó hívásba egy igényes felsőben, esetleg ingben kapcsolódtunk be, közben pedig ami nem látszódott, hogy melegítónadrágban ültünk a szobában. A primer kutatásomat kitöltők 100%-a meg is válaszolta ezt a kérdést, így összesen 104 személy szokásai vizsgálhattam. A válaszokat egy 3-as skálán adott gyakoriság jellemzésével adhatták meg a kitöltők, ahol az 1-es érték a sosem felelt meg, a 3-as pedig a mindig megfelelt jelentéssel bírt. Az összehasonlításakor az első és a harmadik hullám idejére fókuszáltam, hiszen a kettő között körülbelül egy év telt el, így volt elég idő akár egy trend kialakulásához is. Nagymértékű kapcsolat látható ($\chi^2 = 104,250$; $p < 0,001$) öltözködési szempontból a járvány első és harmadik hullámának öltözködési változói között. A Cramer's V értéke 0,708, tehát közepesen erős a kapcsolat a két tábla között. Az eredmények alapján tehát az derült ki, hogy aki az első hullám alatt is fontosnak tartotta a megfelelő ruházat viselését, az a harmadik hullám alatt is ugyan így vélekedett, hiszen a várható 23 fő helyett 40-en adták mind a két kérdésre a 3-as értéket, ami majdnem a kétszerese, a várható értéknek. Ez összességében az első hullámban 3-as értéket választók 75%-át jelentette. Akinek pedig már az első időben sem bírt ez a kérdés akkora súllyal, annak a későbbiekben sem változott a hozzáállása. Itt a várható 10 fő helyett 29-en vallották be, hogy egyik hullám alatt sem foglalkoztak annyira azzal, hogy megfelelő öltözködéssel jelenjenek meg, ami pedig az első hullámban 1-est jelölő kitöltők nagyjából 91%-a.

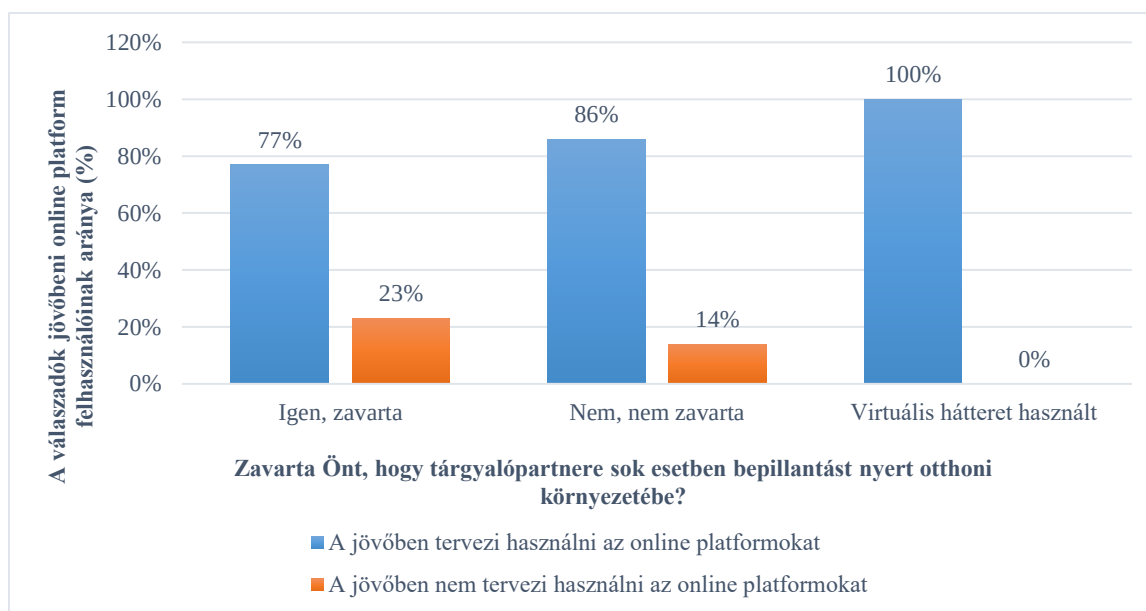


9. ábra

A hivatali öltözködési szabályok betartása a járvány első és harmadik hulláma alatt (n=104)

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatáshoz kapcsolódóan megvizsgálok, hogy van-e összefüggés aközött, hogy „idegen” emberek bepillantást nyernek az online tárgyalások során mások magánszférájába, az otthonába és aközött, hogy a jövőben ezek a személyek mennyire hajlandóak használni az említett felületeket tárgyalási céllal. Szignifikáns kapcsolat látható ebben az esetben is ($\chi^2 = 7,365$; $p = 0,025$) a két változó között. A Cramer's V értéke 0,266, tehát gyenge kapcsolat található a két változó között. A kérőívől kiderül, ami az alábbi szemléltetőábrán is látható, hogy akiket zavart, hogy mások látták otthoni környezetüket, azoknak csak 23%-a az, aki a jövőben nem szeretné tovább használni az online platformokat, ám ez az érték a mellékletben látható táblázat alapján mégis kétszer több, mint várható érték. Nagyobb mértékű eltérés a várható és a valós értékek között még a virtuális háttér használatnál merült fel. Itt a várt 29 fő helyett 33-ból 33-an, tehát a válaszadók 100%-a továbbra is szeretne online tárgyalásokat folytatni. Ezek alapján valószínűleg ők sem szerették volna, ha más belelát az otthonukba, viszont a virtuális hátterek, vagy akár csak egy homályos háttér meggyőzte őket arról, hogy más előnyei miatt továbbra is használják ezeket a felületeket.

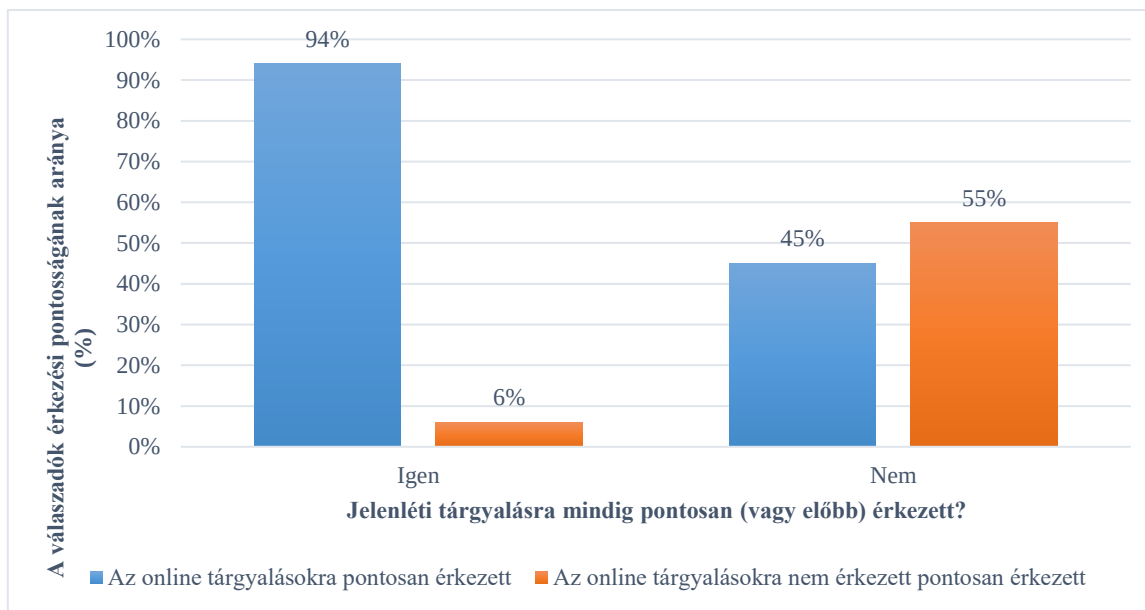


10. ábra

Összefüggés vizsgálat a jövőbeni online platform használat és a magánszféra felfedése között (n=104)

Forrás: Saját szerkesztés

Megvizsgáltam azt is, hogy mennyire változott a tárgyalók érkezési pontossága, hiszen valószínűleg az online tárgyalásokra könnyebb időben érkezni, mert az otthonunkban sokkal kevesebb befolyásoló tényezővel találkozhatunk. Az elemzés alapján nagyon jelentős az összefüggés ($\chi^2=22,290$; $p<0,001$) a változók között, hiszen 1%-nál is kisebb értéket mutat a khi-négyzet próba p értéke. A Cramer's V értéke 0,463, ami azt mutatja, hogy közepes kapcsolat van a két változó között. A kapott válaszok alapján kijelenthető, hogy aki nagyrészt időben érkezett a jelenléti tárgyalásokra, azoknak nagy része, pontosan 94%-a az online tárgyalásokra is pontosan érkezett. Azok a személyek viszont, akik elkéstek a jelenléti és az online tárgyalásokról is (6 fő), ők a várt értéknél (1,3 fő) majdnem 5-ször többen vannak. Az összefüggés tehát a változók között az, hogy akik a személyes tárgyalásokról elkéstek, azok között nagyobb arányban vannak, akik az online térben sem érkeztek pontosan. Összességében viszont mind a két esetben jóval többen vannak azok, akik pontosan érkeztek, hiszen ők a 104 válaszadó közül a jelenléti tárgyalások esetében 93-an, míg online 92-en voltak.

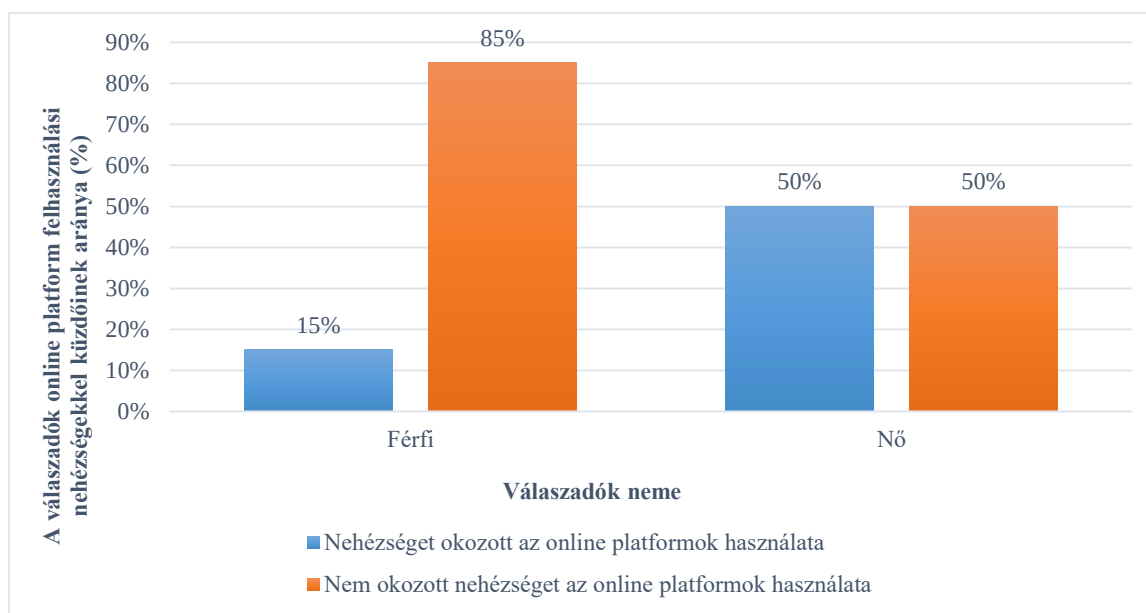


11. ábra

A jelenléti és online tárgyalásokra való pontos érkezés vizsgálata (n=104)

Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásom következő meghatározó kérdése a biztonságérzethez és a nemek megoszlásához kapcsolódik. Szintén saját tapasztalataim alapján azt mondanám, hogy a férfiak jóval tájékozottabbak a technikai témákkal kapcsolatban. Ennek alátámasztásához a tizenharmadik és tizennegyedik ábrát mutatom be, amelyek szorosan kapcsolódnak egymáshoz is és a feltevésem bizonyításához is. Elsőként azt vizsgálom, hogy azok, akiknek nem okozott gondot az online térben folytatott tárgyalás, milyen neműek, ezzel is választ adva részben az alapvető felvetéseimre. A kapott válaszok összevetése alapján szignifikáns az összefüggés ($\chi^2=13,004$; $p<0,001$) a változók között. Ez a khi-négyzet próba nagyon alacsony p-értékéből látható. A Cramer's V értéke 0,354, ami azt mutatja, hogy közepesen gyenge kapcsolat van a két változó között. A diagrammon az első szembe tűnő dolog, hogy minden második nőnek gondja akadt az online üzleti tárgyalásokkal kapcsolatban, míg a férfiak 85%-ának nem okozott semmilyen problémát az új helyzet. Ez az eredmény tehát, alátámasztja az előző felvetést, miszerint a férfiaknak kevesebb technikai problémájuk volt a használattal.

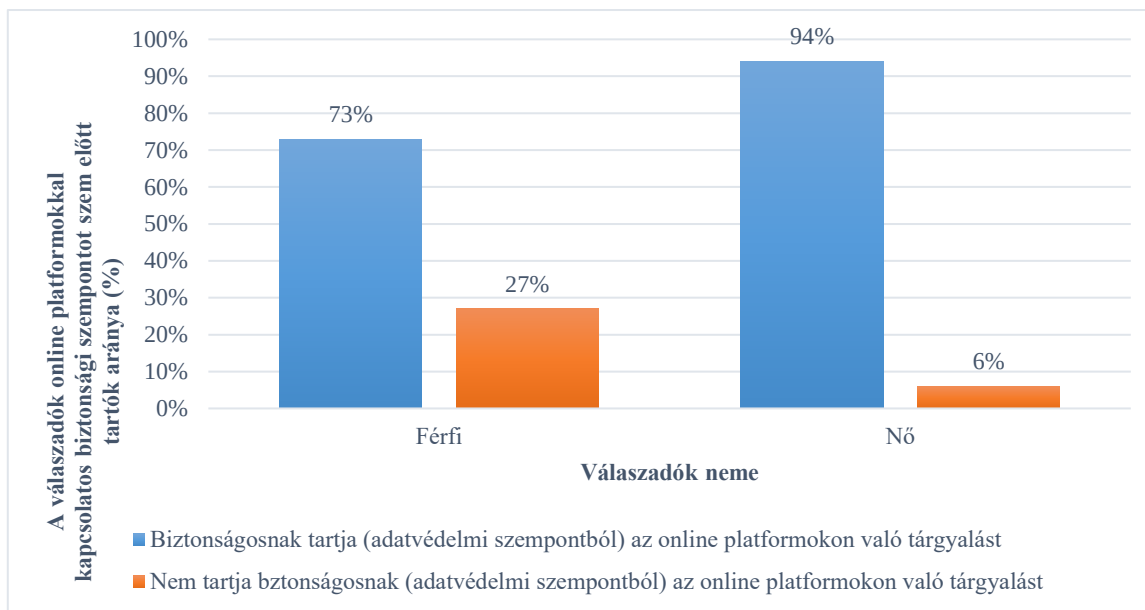


12. ábra

Összefüggés az online tárgyalások okozta nehézségek hiánya és a nemek megoszlása között (n=104)

Forrás: Saját szerkesztés

Úgy gondolom, hogy minél többet tudunk valamiről, annál biztosabban el tudjuk dönteni, hogy merjük-e használni vagy nem. Amennyiben például adatvédelmi szempontokat vizsgálunk, meghatározó lehet az előző eredmény, miszerint a férfiak magabiztosabban használják az online platformokat. Ahhoz viszont, hogy magabiztos felhasználók legyenek, utána kell olvasni a használatnak, ilyenkor pedig további érdekes és hasznos információk is szembe jöhetnek az emberrel, akár az adatbiztonsággal kapcsolatban is, hiszen ez egy sarkalatos szempont a vállalatok tárgyalásaival kapcsolatban. A kapott eredmények alapján kimondhatjuk, hogy jelentős összefüggés ($\chi^2=9,006$; $p=0,003$) látható a változók között. Ez a khi-négyzet próba nagyon alacsony értékéből látható. A Cramer's V értéke 0,294, amiből látszik, hogy gyenge kapcsolat van a két eredmény között. Amint a diagramm is mutatja, a nők 94%-a szerint biztonságos az online platformokon való tárgyalás, míg a férfiaknak csak 73%-a gondolja ugyan ezt. Az ellenkező válaszok esetén százalékosan a nőkhöz képest a férfiak több mint 4-szerese nem bízik ezekben a felületekben. Saját magamból kiindulva, minél többet olvasok ebben a témában, annál jobban elbizonytalanodom a biztonságot illetően, hiszen mindenféle információt találni manapság az interneten, illetve rengeteg film és igaz történet szól az ellopott vagy meghackelt adatok negatív hatásairól és a visszaélésekről.

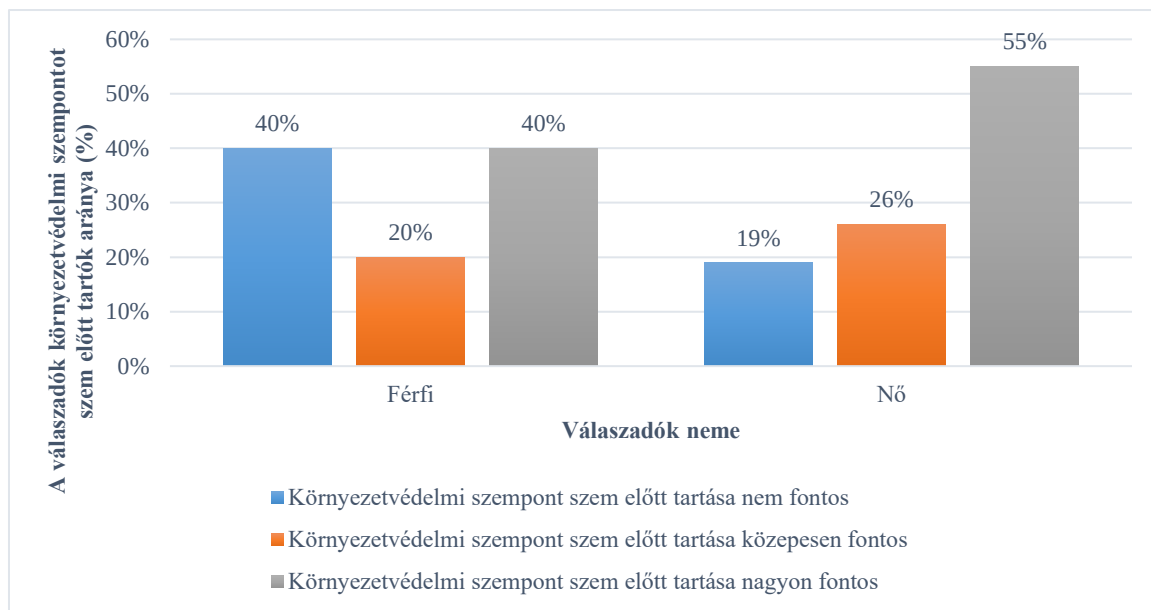


13. ábra

Az online platformok biztonságosságának kérdése a nemek függvényében (n=104)

Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásom végső állomásaként pedig a már sokat emlegetett környezetvédelmi szempont kap kiemelt jelentőséget, hiszen azt ugye már tudjuk ez előző fejezetből, hogy javult a COVID-19 miatt hozott korlátozásoknak köszönhetően a levegő minősége, de vajon ez a tárgyalók körében mennyire jelenthetett fontos szempontot? És vajon a nők vagy a férfiak szenteltek ennek nagyobb figyelmet? A válaszok alapján megállapítható, hogy nincs szignifikáns összefüggés ($\chi^2=5,652$; $p=0,058$) a változók között, hiszen a p értéke valamivel az 5%-os tűréshatár felett van. A Cramer's V értéke 0,233, amiből látszik, hogy gyenge kapcsolat van a két változó között. Attól függetlenül, hogy kényszer hatására kellett otthonról folytatni a tárgyalásokat, a nők 55%-ának igenis fontos volt az, hogy kevésbé terheljék a Földet, míg a férfiaknak csak 40%-a vélekedik így. Náluk ugyan ekkora százalék jelenik meg egyébként a „Nem fontos” lehetőségénél is,



14. ábra

A környezetvédelmi szempont fontossága a nemek függvényében (n=104)

Forrás: Saját szerkesztés

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

1. szempont	2. szempont	p	Szignifikáns kapcsolat
Online platformok járvány előtti használata üzleti tárgyalásokra	A járvány lecsengése utáni online platform használat üzleti tárgyalásokon	0,026	Igen
A tárgyalópartnerek magánszférába történő betekintése miatti frusztráció érzés	A járvány lecsengése utáni online platform használat üzleti tárgyalásokon	0,025	Igen
A hivatali öltözködési szokásoknak való megfelelés a járvány első hulláma alatt zajló online tárgyalások során	A hivatali öltözködési szokásoknak való megfelelés a járvány harmadik hulláma alatt zajló online tárgyalások során	<0,001	Igen
Jelenléti tárgyalásra való pontos érkezés	Online tárgyalásra való pontos érkezés	<0,001	Igen
Az online platformokon való tárgyalás biztonságossága (adatvédelmi szempontból)	A válaszadó neme	0,003	Igen
Az online térben folytatott tárgyalások által okozott nehézségek	A válaszadó neme	<0,001	Igen
A környezetvédelmi szempont fontossága az online tárgyalások lefolytatásánál	A válaszadó neme	0,059	Nem

4. táblázat

A vizsgált változók összefüggéseinek táblázatos megjelenítése

Forrás: Saját szerkesztés

A fenti táblázatban összesítettem az előző fejezetben vizsgált ábrák eredményeit, hiszen úgy gondolom, hogy így könnyebben vonhatók le következtetések és tehetők javaslatok ebben a fejezetben. A táblázat különböző részeit más-más színekkel jelöltem az összetartozásuk szerint, ezért előfordulhat, hogy nem az ábrák sorrendjében jelennek meg az egyes részek.

A táblázatban sárga színnel jelöltem azokat a pontokat, ahol a 2. szempont mindegyiknél „A járvány lecsengése utáni online platform használat üzleti tárgyalásokon”. A járvány előtti és utáni összehasonlító ábrából összességében levonható következtetésként, hogy a COVID-19 alatt online platformok segítségével tárgyaló személyek, a lecsengés után is szeretnék használni ezeket a felületeket online tárgyalások lebonyolítására. Az online kommunikációról szóló fejezet egyik forrása szerint viszont, amit Constantinovits és Vladár (2021) jóvoltából olvashattunk, az emberek összességében nem szerették használni ezen platformokat, mert technikai nehézségeik adódtak, esetleg annyira nem értettek hozzájuk. A forrás alapján tehát azt gondolnánk, hogy amint lehetőség van rá, az emberek rögtön visszatérnek a jelenléti tárgyalásokra. Ehhez képes a válaszadók nagy része továbbra is maradna az online platformoknál. Ezen döntés véleményem szerint rengeteg okra vezethető vissza. Vegyük például a kényelmi szempontot. Az otthoni, barátságos, kellemes környezetből tárgyalhatunk,

nem kell dugóban ülni, vagy éppen fázni, ha már hűvösebb az idő. Ezen kívül járványügyi szempontból is jobb döntés, hiszen ezzel is lassítható a vírus terjedése, illetve sokkal könnyebb összeegyeztetni akár más telephelyű, más országban tevékenykedő cégek időbeosztását, hiszen nem kell a repülőtől és a transzfertől függeni, illetve így senki nincs távol napokig a családjától, a vállalatnak pedig nem kell gondoskodni a szállásról. Végül a környezetvédelmi szempont is közre játszhat, hiszen a levegőminőség javulásához nagyban hozzájárult a forgalomcsökkenés, ahogy ez a NASA kutatásaiból is kiderült az ehhez kapcsolódó fejezetben. Úgy gondolom, hogy a cégeknek érdemes lenne kideríteni, hogy ki az, aki szívesen választja az online tárgyalást, ha van rá lehetőség. Amennyiben tehát valaki nem érzi annyira magabiztosnak a felhasználói képességeit, annak adott a lehetőség, ahogy eddig is a személyes tárgyalásokra, ám ha néhány kolléga a virtuális térben is könnyedén elboldogul, az mind az adott személynek, mind a vállalatnak idő- vagy éppen költségmegtakarítást jelenthet, nem mellesleg pedig az ökológiai lábnyomuk is csökkent. Jobban belegondolva ez egy olyan win-win szituáció, amiben mindenki megtalálhatja a neki legmegfelelőbb megoldást.

Ezen rész következő pontja a magánszférába való betekintés és a jövőbeli használat összefüggését vizsgálja. Szintén Constantinovits és Vladár (2021) cikke alapján, ahol egy hallgatót elmondása szerint nagyon zavart, hogy társai látták otthoni környezetét felelete közben, úgy gondolnám, hogy ez nem csak a hallgatóknál fellelhető zavaró tényező, hanem bárki másnál is, így a tárgyalók között is bizonyára találhatók olyan személyek, akik ugyan így éreznek a témával kapcsolatban. A kutatásban résztvevők majdnem felét azonban mégsem zavarta, hogy idegen emberek nyertek bepillantást a magánszférájukba, ami a forrás alapján megfogalmazott feltevést cáfolja. Rajtuk kívül a maradék válaszadó több mint fele virtuális háttérrel használt, így azok lettek a legkevesebben, akiket ez frusztrált. Ezen csekély számú kitöltőnek javasolnám egyrészt a más említett virtuális hátterek használatát, vagy az egyszerű, elhomályosított lehetőséget, illetve amennyiben lehetőségük van rá, érdemes a lakás egy olyan semleges részében tárgyalásokat lefolytatni, ahol semmilyen olyan privát tárgy nem található, amit nem szeretnének megosztani vagy ha nincs ilyen, akkor a hívás idejére el lehet pakolni például a családi fotókat máshova, ahol nem látszik az adott megbeszélésen.

Kutatásom egyetlen „kék” pontja az öltözködési szokásokhoz kapcsolódott. Az ihletet az egyik témaspecifikus könyv adta, ami oldalakon keresztül taglalja a tárgyalást befolyásoló tényezőket, amikhez természetesen hozzá tartozik az öltözködés is. A szerzők szerint ma már annyira nincsenek szigorú szabályok az öltözködés terén, az viszont biztos, hogy alapvető dolgoknak meg kell felelni. (Hofmeister – Mitev, 2015) Manapság már csöppenhetünk olyan

szituációkba, ahol a Business Casual teljes mértékben elfogadott. Mielőtt azonban elindulunk például egy másik országban élő kapcsolati partnerrel tárgyalni, mindenképpen győződjünk meg arról, hogy milyen normáknak kell megfelelnünk. Úgy gondolom, hogy bármilyen hivatalos találkozó alkalmával meg kell tisztelnünk a másikat azzal, hogy az alkalomhoz illően öltözzünk. Ez az első benyomás kialakításánál óriási jelentőséggel bír, ami aztán a tárgyalás végső eredményét is nagyban befolyásolhatja. A forrás alapján tehát feltételezem, hogy az embereknek az öltözködésre nagy figyelmet kell fordítani. A kapott válaszok alapján kiderült, hogy aki a járvány első hulláma alatt megadta a módját az online térben zajló tárgyalások öltözködés szempontjából, azok nagy része egy évvel később, a harmadik hullám alatt is ugyan így tett és ugyan ez igaz fordítva is. Persze mindig vannak kivételek, de feltételezésem szerint sokkal többen „elkényelmesedtek”, így ez egy pozitív csalódás számomra. Amit ezzel a kérdéssel kapcsolatban javasolnék elsősorban azoknak, akik nem fordítottak akkora figyelmet az öltözködésükre, hogy gondolják át, milyen kimenetelű tárgyalásokat folytattak ezen időszak alatt. Amennyiben az esetek csekély százalékában érték el a céljukat, úgy érdemes elgondolkozni, hogy esetleg nem lehetett-e probléma az öltözőkükkel, hiszen ahogy olvashattuk, ez könnyen negatív érzéseket kelt a partnerben. A kutatás megvilágított egy olyan területet, ami ezen kutatásomból kimaradt, de a jövőben szívesen vizsgálnék. Ez a tárgyalók tárgyalási eredményessége és az öltözködés összefüggése. Persze előfordulhat az is, hogy a személyes tárgyalásokon sem úgy jelentek meg a tárgyalók, ahogy illik, de bármelyik eset is áll fenn, mindenképpen érdemes tenni egy próbát kísérlet gyanánt, hogy jobb kimenetelt kap-e egy ilyen megbeszélés, elegánsan felöltözve. Véleményem szerint, aki magabiztosnak érzi magát a bőrében és elégedett az öltözködésével, az sikeresebben vesz az akadályokat. Teljesen más hozzáállást sugall egy Hawaii mintás ing, egy farmer nadrággal, mint egy szövetnadrág egy elegáns kötött pulóverrel, alatta akár egy ing nyakú pólóval. Az itthoni környezetben pedig az az opció is fennáll, hogy a megbeszélés időpontjára mindenki magára ölti a megfelelő ruhákat, majd a hívás végeztével, visszatér a kényelmesebb, otthoni viselethez.

A táblázatban szürke kiemeléssel jelöltem a pontos érkezés változásának ötletét Erdős Zsuzsanna (2020) cikke ihlette. Az általa írt forrásban olvasható, hogy hogyan viselkedjünk megfelelően az online tárgyalásokon. Ennek egyik legkiemelkedőbb fontosságú eleme a pontos érkezés, hiszen ezzel ugyan úgy kedvező első benyomást tehetünk, mint a megfelelő öltözködéssel. Ez természetesen a jelenléti tárgyalásokra is ugyan úgy igaz, ezért megvizsgálom az ehhez kapcsolódó trendet. Alapvetően tudjuk tehát, hogy minden találkozóra illik akár pár perccel előbb, de legalábbis időben érkezni, hiszen ezzel megtiszteljük a másik felet.

Feltételezhető azonban, hogy az online tárgyalásokra könnyebb időben érkezni, hiszen nem kell számolni a sűrű forgalommal, váratlan balesettel, vonat vagy busz késéssel, tehát sokkal kevesebb olyan külső tényező befolyásolja az érkezést, amire az embernek nincs ráhatása. Ehhez képest az eredmény szerint, aki személyesen pontosan érkezett, az nagy eséllyel online sem késett, és ez az ellenkező esetben is igaz, így a felvetés megdőlni látszik a kapott válaszok alapján. Úgy gondolom, hogy mindenkinek érdeke lenne a pontos érkezés, hiszen nem egy szimpatikus tulajdonság a késés, főképp, ha rendszeresen megtörténik. Ahhoz, hogy elkerüljük a késést, mindenképpen nézzünk rá indulás előtt az útinformációkra, mert így elkerülhetjük a dugókat vagy baleseteket, illetve érdemes pár perccel előbb indulni, hiszen inkább előbb legyünk ott, mint később. Az online tárgyalásoknál pedig hasznos, ha már a megbeszélés előtt teszteljük az internet minőségét, a kameraképet, a hang beállításokat, így nem kell ezekkel a tárgyalás közben már foglalkoznunk, így sokkal professzionálisabbnak hat a megjelenésünk.

A „zöld” kérdéscsoport a kutatás bizonyos kérdéseit vizsgálja a nemek függvényében. Először a biztonság kérdését veszem górcső alá, amihez úgy gondolom, hogy az online platformok és technikai világban való jártasság is szorosan hozzátartozik, ezért ezt a két pontot véleményem szerint együtt érdemes vizsgálni. A biztonságérzettel kapcsolatban szakirodalmi forrás híján kénytelenek vagyunk a kitöltők válaszára hagyatkozni. Ez alapján a nők 94%-a érzi biztonságosnak az online platformok használatát. Úgy gondolom, hogy ez egy meglepő eredmény, ám arra, hogy mi okozhatja ezt a fajta magabiztosságot a nőknél ezzel kapcsolatban, sajnos nem tér ki a kutatás, így biztosat nem állíthatok. Esetleg egy hasonló kutatás során érdemes lenne ezt is vizsgálni. Lehetséges azonban, hogy ez a pont a következővel van kapcsolatban, ami az internethasználat és a technikai dolgokhoz való hozzáértéssel kapcsolatos. Ennél a KSH által közölt adatok alapján az internetezésre használt idő nem különbözik nagyban a két nem esetében, ám a felhasználás minőségében már észlelhetünk különbségeket. A 13. ábra mutatja, hogy a nőknél sokkal többen érezték bizonytalanoknak a használatot, mint a férfiak, ami adódhat a hétköznapi felhasználás különbségeiből és az információhiányból is a témával kapcsolatban. Azt javasolnám a témával összefüggésben, hogy nemtől függetlenül képezni kell magunkat akár autodidakta módon, mert csak így rendelkezhetünk megfelelő mennyiségű és minőségű tudással az internetes világgal kapcsolatban, a lényeg, hogy csak megbízható forrásokból igyekezzünk információkat összegyűjteni.

Az utolsó pont a táblázat zölddel jelölt részében, a környezetvédelmi szempont fontosságát hivatott feltérképezni. Úgy gondolom, hogy beigazolódott a forrásban említett politikusnő feltevése, miszerint a nők szemében ez egy hangsúlyosabb kérdés, mint a férfiakéban. Grazia

Francescato indoklása véleményem szerint helytálló és a nőkre emiatt tudat alatt nagyobb hatással van ez a kérdés. Ezen kívül a mindennapokban látott reklámok, plakátok, és nők által használt fogyasztási cikkek, kozmetikumok nagy része is azt sugallja, hogy milyen fontos az újrahasznosítás, a bio termékek vásárlása és a környezetkímélő csomagolás. Éppen ezért úgy gondolom, hogy ha a férfiak is több hasonló ingerrel találkozának, akkor sokkal tudatosabban vagy éppen tudat alatt is tehetnének a Föld védelméért. Ennek a témának nemtől függetlenül fontosnak kell lennie, ezért mindannyiunk felelősség akár nőként akár férfiként az ökolábnyomunk csökkentése. A mindennapi életben erre már rengeteg lehetőség nyílik, de most a korlátozások miatt kialakult újfajta helyzetben is több opciónk van. Amennyiben a cégek és munkavállalók áttérnek a tárgyalásokra való repülés helyett azok online lebonyolítására, már rengeteg kerozin kerül megtakarításra, hiszen így akár kevesebb és kisebb gépek használata is indokolt lehet. Másrészt nagyon sokat tehetünk a környezetvédelemért, ha kevesebbet autózunk. Ugyan úgy, ahogy a repülésnél is említettem, akár az irodából vagy otthonról is folytathatunk online tárgyalásokat, így nem kell másik városba utaznunk, vagy a dugóban állnunk órákig. Ezzel a megoldással mind a munkavállaló, mind a cég és még a Föld is nyer.

Összességében úgy gondolom, hogy a COVID-19 miatt kialakult új tárgyalási megoldások nagy része a járvány lecsengése után is használható, mert rengeteg pozitív hatás vonnak magukkal. Érdekes például a cégeknek időt és pénzt fektetni a dolgozók képzésébe az online platformok használatát és az adatbiztonságot illetően, hiszen így később ők magabiztosabb és tudatosabb felhasználók lennének, a vállalat pedig a befektetettnél jóval több munkaidőt és költséget takarítana meg. Másrészt a környezetvédelem szempontjából is jótékony az online térben folytatott tárgyalások előtérbe helyezése, ami a céget is jobb színben tünteti fel, hiszen ma már ez sok embernek nagyon fontos és szimpatikus szempont, ha egy vállalat számára a meghatározó ökolábnyom csökkentése. Persze nem szabad teljesen kiszorítani a személyes tárgyalásokat sem, mert vannak olyan témák, amiknél biztonságosabb és hatásosabb a személyes megjelenés.

Kutatásaim alapján úgy gondolom, hogy az online platformokon folytatott tárgyalás egyre nagyobb teret fog nyerni a jövőben. Egyrészt a számos pozitív hatása miatt, másrészt pedig az emberek egyre jobban hozzá fognak szokni ezen felületek használatához és nem idegenkednek tőle annyira, mint a járvány ideje előtt és alatt. A munkában említett területtel, ami az eredményességgel és az öltözködéssel kapcsolatos, mindenképpen folytatnám a téma vizsgálatát, mert véleményem szerint érdekes alapként szolgálna egy következő kutatáshoz. Ezen kívül érdemes lenne pár éven belül újra, akár egy hasonló kérdőív keretein belül vizsgálni,

miként változott a partnerek hozzáállása az online térben folytatott tárgyalásokhoz, illetve maguk a platformok hogyan változtak, biztonságosabbak lettek-e és milyen új alternatívák jelentek meg az évek elteltével.

Irodalomjegyzék

Szakirodalom

Aronson E. (1972): *The Social Animal*. San Francisco, Freeman, 324 p.

Borgulya Á., Somogyvári M., Dévényi M., Dobrai K. (2011): *Kommunikáció az üzleti világban*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 305 p.

Borgulya Istvánné Vető Á. Á. (2010): *Kommunikációmenedzsment a vállalati értékteremtésben*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 330 p.

Broszinsky-Schwabe E. (2011): *Interkulturelle Kommunikation*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 240 p.

Buda B. (1986): *A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei*. Budapest, Animula Egyesület, 240 p.

Dawson R. (1999): *Nyerő tárgyalási taktikák - Egy mestertárgyaló biztos receptjei*. Budapest, Bagolyvár könyvkiadó, 288 p.

Fisher R., Ury W., Patton B. (1997): *A sikeres tárgyalás alapjai*. Budapest, Bagolyvár Könyvkiadó, 158 p.

Forgó S. (2011): *A kommunikációelmélet alapjai*. Eger, Eszterházy Károly Főiskola, 172 p.

Hofmeister-Tóth Á., Mitev Ariel Z. (2015): *Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 386 p.

Ikle F. C. (1964) *How Nations Negotiate*. Harper & Row, New York, 274 p.

Jancsó O. (2020): *Tényleg zöldebb lett a világ a távmunkától?* PCWorld

Kapoor A. (1975): *Planning for International Business Negotiations*. Ballinger Pub. Co, Cambridge, Mass, 355 p.

Kucsma D. (2018): *Kommunikáció*. Miskolc, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 42 p.

Langer K., Raátz J. (1999): *Üzleti kommunikáció*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 223 p.

Margitay T. (2007): *Az érvelés mestersége*. Budapest, Typotex Kiadó, 630 p.

Németh M. (1993): *Public relations*. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem-Marketingkommunikációs Oktatási és Kutatási Központ, Budapest, 242 p.

Nierenberg G. (1968): *The Art of Negotiation*. New York, Hawthorne Books, 192 p.

Radó A. (2009): *Üzleti kommunikáció*. Saldo Pénzügyi Tanácsadó és Informatikai Rt., Budapest, 33 p.

Scott B. (1988): *A tárgyalás fortélyai*. Novotrade Rt, Budapest, 191 p.

Simonné Czibolya E. (2008): *Tárgyalástechnika. Tárgyalási stílusok, a tárgyalás folyamata, az érvelés és meggyőzés képessége*. Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet, Budapest, 40 p.

Szabó I. (1994): *Bevezetés a szociálpszichológiába*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 103 p.

Szító I. (1987): *Kommunikáció az iskolában*. ELTE, Budapest, 68 p.

Vörösmarty Gy., Tátrai T. (2012): *Beszerezés. Stratégia, folyamatok, információ*. CompLex, Budapest, 338 p.

Internetes források

Andor L. (2018): *A digitalizáció és a munka világa. Mi várható a robotforradalom után?* Magyar Tudomány, 47-54 p. Letöltve: 2021. augusztus 03-án, az EPA weboldáról: http://epa.oszk.hu/00600/00691/00172/pdf/EPA00691_mtud_2018_01_047-054.pdf, DOI: 10.1556/2065.179.2018.1.5

Barton N. – Scotwork Australia írásának fordítása (2020): *A sikertelen tárgyalások pszichológiája*. Letöltve: 2021. augusztus 15-én, a Scotwork.hu weboldáról: <https://www.scotwork.hu/blog-es-letoltheto-ismerteto-anyagok/2020/a-sikertelen-targyalasok-pszichologiaja/>

Berta S. (2020): *A videokonferencia-rendszerek Teslája a Zoom*. Informatika és tudomány, Letöltve: 2021. augusztus 11-én az SG.hu weboldáról: <https://sg.hu/cikkek/it-tech/142927/a-videokonferencia-rendszerek-teslaja-a-zoom>

Constantinovits M., Vladár Zs. (2021): *Covido, ergo Zoom, Kommunikációs kihívások a valós idejű online oktatásban*. Korunk, 31 p. Letöltve: 2021. augusztus 08-án az EPA weboldáról: http://epa.oszk.hu/00400/00458/00675/pdf/EPA00458_korunk_2021_02_031-037.pdf

Elekházy N. (2020): *A koronavírus járvány környezeti hatásai*. infojegyzet, Letöltve: 2021. október 7-én a parlament.hu weboldáról: https://www.parlament.hu/documents/10181/4464848/Infojegyzet_2020_33_COVID-19_kornyezeti_hatasai.pdf/42a4092a-4d56-815f-ac5d-c73bbdc3ff18?t=1588838000849

Dollmayer B. (2020): *Közös munka, kapcsolattartás online*. Kemlib, 11-12 p. Letöltve: 2021. július 12-én, a [kemlib](http://kemlib.jamvk.hu) weboldáról: <http://kemlib.jamvk.hu/wp-content/uploads/2020/06/Kemlib-2020-05.pdf>

Erdős Zs. (2020): *Etikett checklista a megnyerő online meeting jelenléthez*. Budapest LAB, Letöltve: 2021. július 23-án, a budapestlab.hu weboldáról: <https://budapestlab.hu/index.php/etikett-checklista-a-megnyero-online-meeting-jelenlethez/>

Hlács Ferenc (2020): *Zoom: szárnyalásból adatvédelmi botrány sorozat*. Letöltve: 2021. október 13-án a [hwsz](http://hwsz.hu) weboldaláról: <https://www.hwsz.hu/hirek/61619/zoom-videokonferencia-meeting-platform-biztonsag-adatvedelem.html>

Iván J. (2020): *Nők és férfiak a környezettudatosság vonatkozásában: létezik különbség a két nem között?* Letöltve: 2021. október 19-én a contextus.hu weboldaláról: <https://contextus.hu/nok-ferfiak-kornyezettudatossag-klimavalsag/>

Kerekesné Fuli Anikó (2020): *Kihívás home office idején*. Kemlib, 13 p. Letöltve: 2021. július 12-én, a [kemlib](http://kemlib.jamvk.hu) weboldáról: <http://kemlib.jamvk.hu/wp-content/uploads/2020/06/Kemlib-2020-05.pdf>

Nótin T. (2021): *A vírus helyzet kihívása: az online tárgyalás*. Letöltve: 2021. július 24-én az index.hu weboldáról: <https://index.hu/belfold/2021/04/10/nem-mindegy-milyen-az-elso-benyomas-az-online-terben/>

Schwarzbauer W., Wolf M. (2020): *Bedeutung der Telearbeit aktuell und nach der COVID-19 Pandemie*. Vienna, EcoAustria - Institute for Economic Research, 14 p. Letöltve: 2021. szeptember 21-én az econstor.eu weboldáról: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/227421/1/ecoaustria-pn41.pdf>

Shephard N., (2021): *Covid-19, Gender und Digitalisierung*. Berlin, Geschäftsstelle Dritter Gleichstellungsbericht der Bundesregierung Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik, 51

p. Letöltve: 2021.szeptember0 12-én a [dritter-gleichstellungsbericht.de](https://www.dritter-gleichstellungsbericht.de) weboldalról:
<https://www.dritter-gleichstellungsbericht.de/de/article/274.covid-19-gender-und-digitalisierung.html>

Streiff L. (2020): *NASA Model Reveals How Much COVID-related Pollution Levels Deviated from the Norm*. NASA's Earth Science News Team, Letöltve: 2021. október 10-én a NASA weboldaláról: <https://www.nasa.gov/feature/goddard/2020/nasa-model-reveals-how-much-covid-related-pollution-levels-deviated-from-the-norm>

Szőke J. (2013): *Sztereotípiák görbe tükre*. Győr, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, 6 p. Letöltve: 2021. július 26-án, a kgk.sze.hu weboldalról:
<https://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2012/kreativ/szoke.pdf>

Szűts Z. (2015): *A munka világának online kommunikációs kérdései*. Opus et Educatio, 26-30 p. Letöltve: 2021. július 15-én az EPA weboldaláról:
https://epa.oszk.hu/02700/02724/00003/pdf/EPA02724_opus_et_educatio_2015_02_26-30.pdf

Tószegi Zs. (2019): *Kézikönyv az internetes kommunikáció és média komplex világáról*. Magyar Tudomány, 1579-1582 p. Letöltve: 2021. július 28-án, az EPA weboldaláról: DOI: 10.1556/2065.180.2019.10.21

Táblázat és ábrajegyzék

Táblázatok

1. táblázat: A leggyakoribb testtartások és jelentésük
2. táblázat: Kulturális sztereotípiák határon innen és túl
3. táblázat: Az egyes kulturális és szabadidős tevékenységekre fordított időtartam aránya a 15–74 éves népesség összes szabadon felhasználható idején belül (%)
4. táblázat: A vizsgált változók összefüggéseinek táblázatos megjelenítése

Ábrák

1. ábra: A társadalmi kommunikációs rendszer
2. ábra: Sawyer és Guetzkow szociálpszichológiai modellje
3. ábra: Közösségi médiában való részvétel
4. ábra: Online hírek olvasása
5. ábra: Azon emberek százalékos megoszlása, akik a COVID-19 előtt egy héten többször otthonról dolgoztak
6. ábra: Azon emberek százalékos megoszlása, akik a COVID-19 miatt kezdtek otthonról dolgozni
7. ábra: Levegőben terjedő nitrogén-dioxid koncentráció csökkenése Kína felett
8. ábra: Az online platform használat gyakoriságának összehasonlítása a járvány előtt és után (n=104)
9. ábra: A hivatali öltözködési szabályok betartása a járvány első és harmadik hulláma alatt (n=104)
10. ábra: Összefüggés vizsgálat a jövőbeni online platform használat és a magánszféra felfedése között (n=104)

11. ábra: A jelenléti és online tárgyalásokra való pontos érkezés vizsgálata (n=104)
12. ábra: Összefüggés az online tárgyalások okozta nehézségek hiánya és a nemek megoszlása között (n=104)
13. ábra: Az online platformok biztonságosságának kérdése a nemek függvényében (n=104)
14. ábra: A környezetvédelmi szempont fontossága a nemek függvényében (n=104)

Mellékletek

Kérdőív minta

Tárgyalási szokások változása a COVID-19 járvány alatt

Tisztelt Válaszadó!

Kurcsics Vivien vagyok, a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Karának végzős, gazdálkodási és menedzsment alapszakos hallgatója. Szakdolgozatomban a COVID-19 járvány alatti online tárgyalások sajátosságait vizsgálom. Kérem, hogy az alábbi kérdőív kitöltésével segítse a dolgozatom primer kutatását. A kitöltés körülbelül 2 percet vesz igénybe. A válaszadás anonim.

Kérem, hogy csak akkor töltse ki a kérdőívet, ha munkájából fakadóan részt szokott venni üzleti célú tárgyalásokon!

Köszönöm a segítségét!

1. A járvány alatti időszakban, melyik online platform használatával folytatott tárgyalásokat?

- ☐ Zoom
- ☐ Microsoft Teams
- ☐ Google Meet
- ☐ Skype
- ☐ Egyéb

2. Milyen gyakran használta a járvány előtti időszakban az említett platformokat tárgyalás lebonyolítására?

Soha

Minden alkalommal

☐

☐

☐

☐

☐

3. Biztonságosnak tartja (adatvédelmi szempontból) az említett platformokon való tárgyalást?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

4. Amennyiben az előző kérdésre “Nem” volt a válasza, kérem írja le melyik platformot nem tartja biztonságosnak és miért.

.....

5. Mennyire felelt meg öltözéke a járvány ELSŐ hulláma (2020. március 1. - 2020. május 31.) alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak? (Kosztüm / Blézer + blúz // Öltöny / Zakó + ing)

Egyáltalán nem

Teljes mértékben

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

6. Mennyire felelt meg öltözéke a járvány HARMADIK hulláma (2021. február 1. - 2021. június 30.) alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak? (Kosztüm / Blézer + blúz // Öltöny / Zakó + ing)

Egyáltalán nem

Teljes mértékben

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

7. Mennyire fontos Önnek a környezetvédelmi szempont szem előtt tartása az online tárgyalások lefolytatásánál? (kevesebb CO2/kerozin kibocsátás)

Egyáltalán nem fontos

Nagyon fontos

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

8. A járvány lecsengése után továbbra is tervezi használni üzleti tárgyalásra az említett online platformokat?

☐ Igen

☐ Nem

9. Milyen nehézségeket okozott Önnek az online térben folytatott tárgyalás? (Több válasz is megjelölhető)

☐ Laptop/számítógép hiány

☐ Webkamera hiány

☐ Hiányos számítástechnikai ismeretek

☐ Tapasztalatlanság a platformok tekintetében

- ☐ Nem okozott nehézséget
- ☐ Egyéb

10. Előfordult már Önnel, hogy online tárgyalás közben az interneten szörfölt privát ügyben?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

11. Zavarta Önt, hogy tárgyalópartnere sok esetben bepillantást nyert otthoni környezetébe?

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Virtuális hátteret használtam

12. Volt olyan tárgyalópartnere, akinek gesztusait nem érezte hitelesnek az online tárgyalás során? (arcmimika, fejtartás, tekintet, kézmozdulatok, szemkontaktus)

- ☐ Igen, volt
- ☐ Nem, nem volt

13. Jelenléti tárgyalásra mindig pontosan (vagy előbb) érkezett?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

14. Online tárgyalásra mindig pontosan (vagy előbb) jelentkezett be?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

15. Az Ön tapasztalatai alapján, változott az online tárgyalások hossza a jelenlétekhez képest?

- ☐ Igen, rövidebb lett
- ☐ Igen, hosszabb lett
- ☐ Nem, nem változott

16. Az Ön neme

- ☐ Nő
- ☐ Férfi

17. Az Ön életkora

.....

18. Az Ön lakóhelye

- ☐ Főváros
- ☐ Megyeszékhely
- ☐ Város
- ☐ Község/falu
- ☐ Tanya

19. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége

- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakmunkásképző
- ☐ Érettségi
- ☐ Okj
- ☐ Felsőfokú szakképzés
- ☐ Főiskola/egyetemi diploma
- ☐ Posztgraduális képesítés
- ☐ Doktori (PHD/DLA)

Diagrammokhoz felhasznált táblázatok

1. Keresztáblák						
		A járvány lecsengése után továbbra is tervezi használni üzleti tárgyalásra az említett online platformokat?				
Milyen gyakran használta a járvány előtti időszakban az említett platformokat tárgyalás lebonyolítására?		Igen		Nem		Összesen
Egyáltalán nem használta a járvány előtti időszakban az említett platformokat tárgyalás lebonyolítására	Szám	26.000		9.000		35.000
	Várható szám	30.962		4.038		35.000
	% a soron belül	74.286 %		25.714 %		100.000 %
	% az oszlopon belül	28.261 %		75.000 %		33.654 %
	% az összesből	25.000 %		8.654 %		33.654 %
Ritkán használta a járvány előtti időszakban az említett platformokat tárgyalás lebonyolítására	Szám	28.000		2.000		30.000
	Várható szám	26.538		3.462		30.000
	% a soron belül	93.333 %		6.667 %		100.000 %
	% az oszlopon belül	30.435 %		16.667 %		28.846 %
	% az összesből	26.923 %		1.923 %		28.846 %
Közepesen sokszor használta a járvány előtti időszakban az említett platformokat tárgyalás lebonyolítására	Szám	17.000		0.000		17.000
	Várható szám	15.038		1.962		17.000
	% a soron belül	100.000 %		0.000 %		100.000 %
	% az oszlopon belül	18.478 %		0.000 %		16.346 %
	% az összesből	16.346 %		0.000 %		16.346 %

Sokszor használta a járvány előtti időszakban az említett platformokat tárgyalás lebonyolítására	Szám	14.000	1.000	15.000
	Várható szám	13.269	1.731	15.000
	% a soron belül	93.333 %	6.667 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	15.217 %	8.333 %	14.423 %
	% az összesből	13.462 %	0.962 %	14.423 %
Mindig az említett platformokat használta tárgyalás lebonyolítására a járvány előtti időszakban	Szám	7.000	0.000	7.000
	Várható szám	6.192	0.808	7.000
	% a soron belül	100.000 %	0.000 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	7.609 %	0.000 %	6.731 %
	% az összesből	6.731 %	0.000 %	6.731 %
Összesen	Szám	92.000	12.000	104.000
	Várható szám	92.000	12.000	104.000
	% a soron belül	88.462 %	11.538 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	100.000 %	100.000 %	100.000 %
	% az összesből	88.462 %	11.538 %	100.000 %

Khi- négyzet teszt					
	Érték	df	p		
X ²	11.067	4	0.026		
N	104				

Nominális			
		Érték ^a	
Phi-együttható		NaN	
Cramer's V		0.326	
^a Phi-együttható csak 2x2-es kontingencia táblában elérhető			

2. Kereszt táblák						
		Mennyire felelt meg öltözéke a járvány HARMADIK hulláma (2021. február 1. - 2021. június 30.) alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak? (Kosztüm / Blézer + blúz // Öltöny / Zakó + ing)				
Mennyire felelt meg öltözéke a járvány ELSŐ hulláma (2020. március 1. - 2020. május 31.) alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak? (Kosztüm / Blézer + blúz // Öltöny / Zakó + ing)		Öltözéke nem felelt meg a járvány HARMADIK hulláma alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak.	Öltözéke közepesen felelt meg a járvány HARMADIK hulláma alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak.	Öltözéke megfelelt a járvány HARMADIK hulláma alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak.	Összesen	
Öltözéke nem felelt meg a járvány ELSŐ hulláma alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak.	Szám	29.000	0.000	3.000	32.000	
	Várható szám	9.846	8.000	14.154	32.000	
	% a soron belül	90.625 %	0.000 %	9.375 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	90.625 %	0.000 %	6.522 %	30.769 %	
	% az összesből	27.885 %	0.000 %	2.885 %	30.769 %	
Öltözéke közepesen felelt meg a járvány ELSŐ hulláma alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak.	Szám	2.000	14.000	3.000	19.000	
	Várható szám	5.846	4.750	8.404	19.000	
	% a soron belül	10.526 %	73.684 %	15.789 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	6.250 %	53.846 %	6.522 %	18.269 %	
	% az összesből	1.923 %	13.462 %	2.885 %	18.269 %	
Öltözéke megfelelt a járvány ELSŐ hulláma alatt zajló online tárgyalások során a hivatali öltözködési szabályoknak.	Szám	1.000	12.000	40.000	53.000	
	Várható szám	16.308	13.250	23.442	53.000	
	% a soron belül	1.887 %	22.642 %	75.472 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	3.125 %	46.154 %	86.957 %	50.962 %	
	% az összesből	0.962 %	11.538 %	38.462 %	50.962 %	
Összesen	Szám	32.000	26.000	46.000	104.000	
	Várható szám	32.000	26.000	46.000	104.000	
	% a soron belül	30.769 %	25.000 %	44.231 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	
	% az összesből	30.769 %	25.000 %	44.231 %	100.000 %	

Khi- négyzet teszt					
		Érték		df	p
X ²		104.250		4	< .001
N		104			

Nominális			
		Érték ^a	
Phi-együttható		NaN	
Cramer's V		0.708	
^a Phi-együttható csak 2x2-es kontingencia táblában elérhető			

3. Keresztátlák						
		A járvány lecsengése után továbbra is tervezi használni üzleti tárgyalásra az említett online platformokat?				
Zavarta Önt, hogy tárgyalópartnere sok esetben bepillantást nyert otthoni környezetébe?		Igen, a járvány lecsengése után továbbra is tervezi használni üzleti tárgyalásra az említett online platformokat.		Nem, a járvány lecsengése után nem tervezi használni üzleti tárgyalásra az említett online platformokat.	Összesen	
Igen, zavarta, hogy tárgyalópartnere sok esetben bepillantást nyert otthoni környezetébe.	Szám	17.000		5.000	22.000	
	Várható szám	19.462		2.538	22.000	
	% a soron belül	77.273 %		22.727 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	18.478 %		41.667 %	21.154 %	
	% az összesből	16.346 %		4.808 %	21.154 %	
Nem, nem zavarta, hogy tárgyalópartnere sok esetben bepillantást nyert otthoni környezetébe.	Szám	42.000		7.000	49.000	
	Várható szám	43.346		5.654	49.000	
	% a soron belül	85.714 %		14.286 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	45.652 %		58.333 %	47.115 %	
	% az összesből	40.385 %		6.731 %	47.115 %	
Virtuális hátteret használtam.	Szám	33.000		0.000	33.000	
	Várható szám	29.192		3.808	33.000	
	% a soron belül	100.000 %		0.000 %	100.000 %	
	% az oszlopon belül	35.870 %		0.000 %	31.731 %	
	% az összesből	31.731 %		0.000 %	31.731 %	

Összesen	Szám	92.000	12.000	104.000
	Várható szám	92.000	12.000	104.000
	% a soron belül	88.462 %	11.538 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	100.000 %	100.000 %	100.000 %
	% az összesből	88.462 %	11.538 %	100.000 %

Khi- négyzet teszt					
	Érték	df	p		
X ²	7.365	2	0.025		
N	104				

Nominális			
		Érték ^a	
Phi-együttható		NaN	
Cramer's V		0.266	
^a Phi-együttható csak 2x2-es kontingencia táblában elérhető			

4. Kereszt táblák						
		Online tárgyalásra mindig pontosan (vagy előbb) jelentkezett be?				
Jelenléti tárgyalásra mindig pontosan (vagy előbb) érkezett?		Igen, online tárgyalásra mindig pontosan (vagy előbb) jelentkezett be	Nem, online tárgyalásra nem jelentkezett be pontosan (vagy előbb)	Összesen		
Igen, jelenléti tárgyalásra mindig pontosan (vagy előbb) érkezett	Szám	87.000	6.000	93.000		
	Várható szám	82.269	10.731	93.000		
	% a soron belül	93.548 %	6.452 %	100.000 %		
	% az oszlopon belül	94.565 %	50.000 %	89.423 %		
	% az összesből	83.654 %	5.769 %	89.423 %		
Nem, jelenléti tárgyalásra nem érkezett pontosan (vagy előbb)	Szám	5.000	6.000	11.000		
	Várható szám	9.731	1.269	11.000		
	% a soron belül	45.455 %	54.545 %	100.000 %		
	% az oszlopon belül	5.435 %	50.000 %	10.577 %		
	% az összesből	4.808 %	5.769 %	10.577 %		
Összesen	Szám	92.000	12.000	104.000		
	Várható szám	92.000	12.000	104.000		
	% a soron belül	88.462 %	11.538 %	100.000 %		
	% az oszlopon belül	100.000 %	100.000 %	100.000 %		
	% az összesből	88.462 %	11.538 %	100.000 %		

Khi- négyzet teszt

	Érték	df	p
X ²	22.290	1	< .001
N	104		

Nominális			
		Érték ^a	
Phi-együttható		0.463	
Cramer's V		0.463	

5. Keresztábrák							
		Biztonságosnak tartja (adatvédelmi szempontból) az említett platformokon való tárgyalást?					
Az Ön neve		Igen, biztonságosnak tartja (adatvédelmi szempontból) az említett platformokon való tárgyalást		Nem tartja biztonságosnak (adatvédelmi szempontból) az említett platformokon való tárgyalást		Összesen	
Férfi	Szám	29.000		11.000		40.000	
	Várható szám	34.231		5.769		40.000	
	% a soron belül	72.500 %		27.500 %		100.000 %	
	% az oszlopon belül	32.584 %		73.333 %		38.462 %	
	% az összesből	27.885 %		10.577 %		38.462 %	
Nő	Szám	60.000		4.000		64.000	
	Várható szám	54.769		9.231		64.000	
	% a soron belül	93.750 %		6.250 %		100.000 %	
	% az oszlopon belül	67.416 %		26.667 %		61.538 %	
	% az összesből	57.692 %		3.846 %		61.538 %	
Összesen	Szám	89.000		15.000		104.000	
	Várható szám	89.000		15.000		104.000	
	% a soron belül	85.577 %		14.423 %		100.000 %	
	% az oszlopon belül	100.000 %		100.000 %		100.000 %	
	% az összesből	85.577 %		14.423 %		100.000 %	

Khi- négyzet teszt

	Érték	df	p
X ²	9.006	1	0.003
N	104		

Nominális		
	Érték ^a	
Phi-együttható	-0.294	
Cramer's V	0.294	

6. Kereszt táblák							
		Mennyire fontos Önnek a környezetvédelmi szempont szem előtt tartása az online tárgyalások lefolytatásánál? (kevesebb CO2/kerozin kibocsátás)					
Az Ön neve		Egyáltalán nem fontos a környezetvédelmi szempont szem előtt tartása az online tárgyalások lefolytatásánál		Közepesen fontos a környezetvédelmi szempont szem előtt tartása az online tárgyalások lefolytatásánál		Nagyon fontos a környezetvédelmi szempont szem előtt tartása az online tárgyalások lefolytatásánál	Összesen
Férfi	Szám	16.000		8.000		16.000	40.000
	Várható szám	10.769		9.615		19.615	40.000
	% a soron belül	40.000 %		20.000 %		40.000 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	57.143 %		32.000 %		31.373 %	38.462 %
	% az összesből	15.385 %		7.692 %		15.385 %	38.462 %
Nő	Szám	12.000		17.000		35.000	64.000
	Várható szám	17.231		15.385		31.385	64.000
	% a soron belül	18.750 %		26.563 %		54.688 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	42.857 %		68.000 %		68.627 %	61.538 %
	% az összesből	11.538 %		16.346 %		33.654 %	61.538 %
Összesen	Szám	28.000		25.000		51.000	104.000
	Várható szám	28.000		25.000		51.000	104.000
	% a soron belül	26.923 %		24.038 %		49.038 %	100.000 %
	% az oszlopon belül	100.000 %		100.000 %		100.000 %	100.000 %
	% az összesből	26.923 %		24.038 %		49.038 %	100.000 %

Khi- négyzet teszt					
		Érték		df	p
X ²		5.652		2	0.059
N		104			

Nominális			
		Érték ^a	
Phi-együttható		NaN	
Cramer's V		0.233	
^a Phi-együttható csak 2x2-es kontingencia táblában elérhető			

7. Kereszt táblák							
		Milyen nehézségeket okozott Önnek az online térben folytatott tárgyalás? - Nem okozott nehézséget					
Az Ön neve		Nehézséget okozott az online térben folytatott tárgyalás		Nem okozott nehézséget az online térben folytatott tárgyalás		Összesen	
Férfi	Szám	6.000		34.000		40.000	
	Várható szám	14.615		25.385		40.000	
	% a soron belül	15.000 %		85.000 %		100.000 %	
	% az oszlopon belül	15.789 %		51.515 %		38.462 %	
	% az összesből	5.769 %		32.692 %		38.462 %	
Nő	Szám	32.000		32.000		64.000	
	Várható szám	23.385		40.615		64.000	
	% a soron belül	50.000 %		50.000 %		100.000 %	
	% az oszlopon belül	84.211 %		48.485 %		61.538 %	
	% az összesből	30.769 %		30.769 %		61.538 %	
Összesen	Szám	38.000		66.000		104.000	
	Várható szám	38.000		66.000		104.000	
	% a soron belül	36.538 %		63.462 %		100.000 %	
	% az oszlopon belül	100.000 %		100.000 %		100.000 %	
	% az összesből	36.538 %		63.462 %		100.000 %	

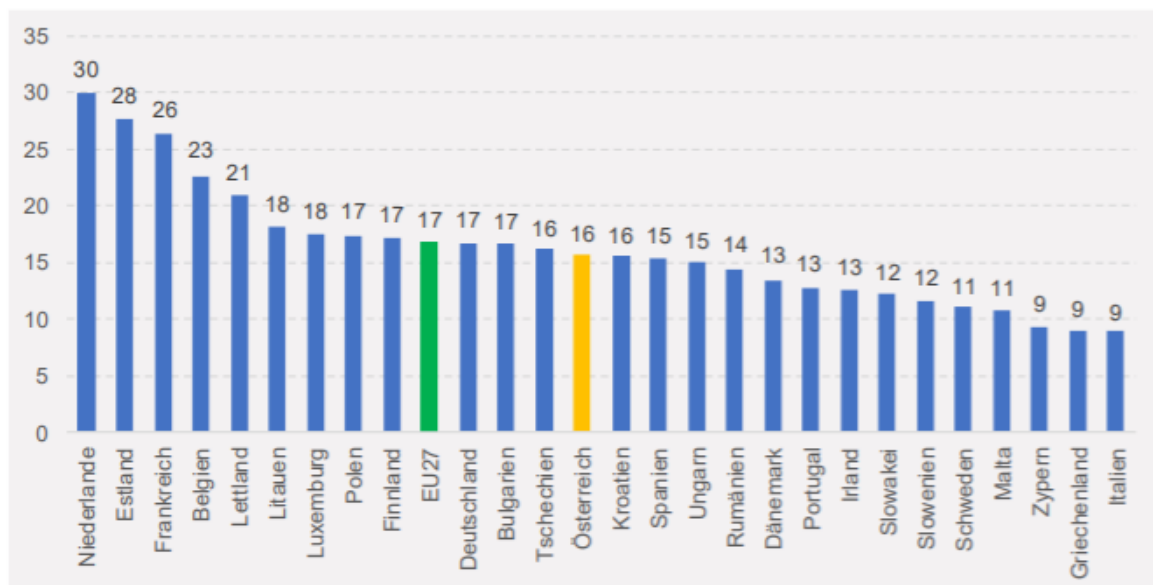
Khi- négyzet teszt							
	Érték	df	p				
X ²	13.004	1	< .001				
N	104						

Nominális	
	Érték ^a

Phi-együttható	-0.354	
Cramer's V	0.354	

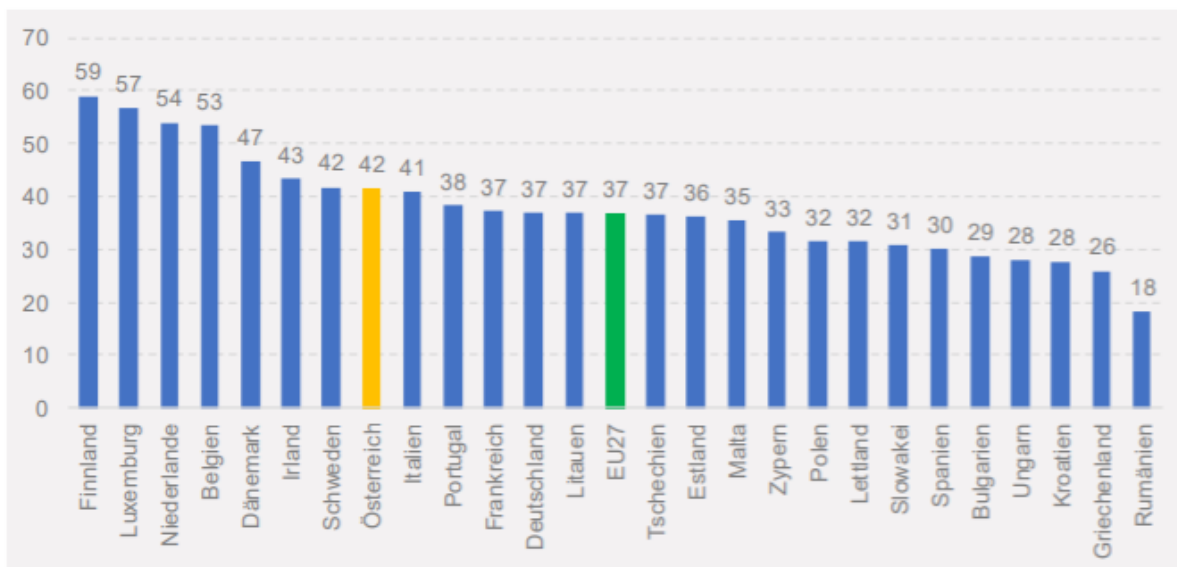
Az 5. és 6. ábra alapjául szolgáló diagrammok:

Módosítások: A színezésben Ausztria helyett Magyarország került megjelölésre



Prozentueller Anteil der Personen, die vor COVID-19 mehrmals die Woche von zuhause aus gearbeitet haben

Forrás: Eurofound [2020], Work, teleworking and COVID-19 dataset,
<https://www.eurofound.europa.eu/data/covid19/working-teleworking>



Prozentueller Anteil der Personen die aufgrund von COVID-19 mit Telearbeit begonnen haben

Forrás: Eurofound [2020], Work, teleworking and COVID-19 dataset,
<https://www.eurofound.europa.eu/data/covid19/working-teleworking>

A 3. táblázat alapjául szolgáló kimutatás:

2.10.2.3. Az egyes kulturális és szabadidős tevékenységekre fordított időtartam aránya a 15–74 éves népesség összes szabadon felhasználható idején belül, %																
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nemek szerint																
Férfi																
Tévézés, videózás, internetezés	..	..	..	..	..	..	..	57,4	..	..	..	..	..	..	..	
Társas szabadidőtöltés	..	..	..	..	..	..	..	17,3	..	..	..	..	..	..	..	
Kulturális intézmények látogatása	..	..	..	..	..	..	..	0,7	..	..	..	..	..	..	..	
Olvasás	..	..	..	..	..	..	..	6,2	..	..	..	..	..	..	..	
Séta, sport, testedzés	..	..	..	..	..	..	..	6,6	..	..	..	..	..	..	..	
Hobby jellegű tevékenységek	..	..	..	..	..	..	..	3,1	..	..	..	..	..	..	..	
Nő																
Tévézés, videózás, internetezés	..	..	..	..	..	..	..	56,3	..	..	..	..	..	..	..	
Társas szabadidőtöltés	..	..	..	..	..	..	..	18,8	..	..	..	..	..	..	..	
Kulturális intézmények látogatása	..	..	..	..	..	..	..	0,8	..	..	..	..	..	..	..	
Olvasás	..	..	..	..	..	..	..	8,6	..	..	..	..	..	..	..	
Séta, sport, testedzés	..	..	..	..	..	..	..	4,5	..	..	..	..	..	..	..	
Hobby jellegű tevékenységek	..	..	..	..	..	..	..	4,5	..	..	..	..	..	..	..	