



DOI: 10.18427/iri-2018-0102

Modern társadalmi és gazdasági kihívások kínai egyetemi hallgatók szemszögéből

Adorján Mária

Károli Gáspár Református Egyetem, Budapest

Kínáról sok sztereotipikus kép él bennünk, közép-európaiakban, amelyek egyike-másika már nem jellemző: az idő meghaladta. Valójában olyan léptékű gazdasági, társadalmi és politikai változások mennek végbe az ázsiai országban, melyek gyorsuló ütemét igen nehéz követni. E változások egyike, hogy a kínai fiatalok számára kinyílt a világ, és egyre több hallgató tanul a világ különböző egyetemein. Csak Nagy-Britannia egyetemeire több mint 100.000 kínai hallgató nyert felvételt a 2016-2017-es tanévre (ukcisa.org.uk), de a magyar felsőoktatásban is egyre inkább jelen vannak, és számuk évről-évre növekszik.

Jelen kutatás célja, hogy Európában tanuló gazdasági mesterszakos kínai hallgatók problémafelvetései alapján megpróbáljon képet alkotni a Kínában végbemenő legújabb társadalmi, gazdasági és politikai változásokról, az aktuális pozitív és negatív jelenségekről. A hallgatók által szabadon választott témájú, átlagosan 1800 szó hosszúságú 180 angol nyelvű házidolgozat tematikus elemzése megmutatja, milyen területeket tartanak a Kína különböző tartományaiból érkezett fiatalok kutatásra érdekesnek; milyen témákról rendelkeznek háttérismeretekkel; mikről tanultak az otthoni gazdasági alapszakokon.

Objektív és szubjektív szempontok alapján válogatva öt témacsoport került előtérbe. Először is olyan kérdéseket kerestem, amelyeket több hallgató feldolgozott. Másodsorban általam nem ismert adatokat és meglepő tényeket tartalmazó esszét választottam ki. Ezek közül két tárgykör még Európában is újdonságnak számít. Az első az olyan újszerű, alulról jövő társadalmi és gazdasági kezdeményezések köre, mint a közösségi szolgáltatásnyújtás Kínában – például közösségi taxizás, „közbringa” használat, „couchsurfing” (ingyen szállás csere). A második a készpénz nélküli kereskedelem, amely – úgy tűnik – Kínában már az egész gazdaságot átszövi. A fennmaradó három témakör éles kritikát fogalmaz meg a fiatalok által negatívnak tartott jelenségekről: a divatipar fenntarthatatlan fejlődéséről, a közösségi média káros hatásairól és az otthoni egyetemek tanítási gyakorlatáról.

Érdekes kérdés, vajon milyen megoldási javaslatokkal állnak elő az egyetemisták a feltárt problémák, érdekellentétek és jogi bizonytalanságok kezelésére. És ez az a pont, amelyben Kína régebbi

arcát mutatja: minden hallgató a kormány beavatkozásától, „rendrakásától” várja a megoldást. Az esszékből egyrészt kirajzolódik a fejlődő Kína XXI. századra nagyon átalakult társadalmi és gazdasági színtere, másrészt megmutatkozik az előző két évtizedben szocializálódott leendő üzletemberek világképe.

Kínai változások

Az 1978-as reform és nyitás politikájának bevezetése óta, melynek során Kína áttért a tervgazdálkodásról a piacgazdaságra, az ország óriási gazdasági, politikai és társadalmi változásokon ment keresztül. A Világbank 2018. áprilisi jelentése szerint az átlagos GDP növekedés évente eléri a 10 százalékot, 800 millió embert sikerült kiemelni a szegénységből, és a középosztály aránya folyamatosan növekszik. A gyors gazdasági fellendülés ugyanakkor sok kihívást is hozott magával: ilyenek például a társadalmi egyenlőtlenségek erősödése, a gyors urbanizáció, a környezet állapotának romlása, valamint olyan demográfiai jelenségek, mint a társadalom elöregedése (az egykepolitika folyamánya), vagy a munkahely miatti belső migráció (Worldbank, 2018).

Mindezek ellenére tagadhatatlanok a pozitív változások Kínában. Ilyen például az a tapasztalat, hogy lassan már két évtizede megjelent egy nagyon erős vásárlói réteg, akik költséikkel, különösképpen külföldi vásárlásaikkal a globális luxuspiac főszereplőivé váltak. Előrejelzések szerint 2018-ra Kínában lesz a legtöbb milliomos, és 2021-re az ország rendelkezik majd a leggazdagabb háztartásokkal (McKinsey, 2017). A kínaiak ugyanakkor nemcsak luxusmárkákra költik a pénzt, hanem gyermekeik iskoláztatásába is befektetnek. A Kína és a Globalizáció Központ (Center..., 2018), egy pekingi független kutatóintézet adatai alapján 2016-ban 544.500 kínai egyetemista tanult külföldön, legtöbben az USA-ban, Kanadában, Ausztráliában, Japánban, Dél-Koreában és az Egyesült Királyságban. A kínai kutatóintézet által megadott statisztika némileg eltér a Nagy-Britanniában közzétett felsőoktatási adatoktól, amelyek szerint Nagy-Britannia egyetemeire több mint 100 000 kínai hallgató nyert felvételt a 2016-17-es tanévre (ukcisa.org.uk), de mindkét szám azt mutatja, hogy rendkívül jelentős az érdeklődés a külföldi felsőoktatási piac iránt. Fontos adat még a kínaiak nemzetközi diákok között elfoglalt aránya is. Ez – megint a CCG számaira hivatkozva – az USA-ban, Kanadában, Ausztráliában és Új-Zélandon, mindenütt 30 százalék felett van. Vagyis ezekben az országokban a külföldi hallgatók közül majd minden harmadik diák kínai. Az Európában legkedveltebb felsőoktatási célpontokban (az Egyesült Királyság, Svédország és Svájc) a kínaiak aránya a külföldi hallgatók között 10 százalék körüli. A legtöbb kínai diák gazdasági szakokon tanul a külföldi intézményekben.

Az adatok alapján látható tehát, hogy Kína nemcsak mint politikai és gazdasági nagyhatalom van jelen a globális szinten, hanem megjelentek nagy vásárlóerővel rendelkező fogyasztóként is, akikkel a felsőoktatás

piacán is egyre nagyobb számban találkozhatunk. Fontos tehát megismerni a kínai hallgatók hátterét és elvárásait, hogy személyre szabottabb oktatást tudjunk számukra nyújtani, mind az oktatás tartalmát, mind a módszertanát tekintve. Különösen fontos ez Közép-Európában, ahol a felsőoktatási intézmények legtöbbszörében csak most indul be a nemzetköziesítés folyamata, és amelyet a kutatásokból nyert tapasztalatok előre lendíthetnek. Jelen tanulmány ehhez szeretne hozzájárulni, azzal a céllal, hogy pontosabb kép alakuljon ki az Európában tanuló, gazdasági mesterszakra felvett hallgatókat érdeklő témákról, háttérismereteikről, gondolkodásmódjukról, valamint probléma-megoldási javaslataikról.

A kutatás

Az európai egyetemeken általában a magyar középfokú nyelvvizsga szintjét elérő hallgatók tanulhatnak angol nyelvű képzéseken. (Ez a Közös Európai Referenciakeret – vagyis CEFR – szerinti beosztásban a B2 szintnek felel meg, illetve az IELTS nyelvvizsga szerint 5.5-6.5 pont közé esik.) Azoknak a külföldi hallgatóknak, akik előtanulmányaik alapján felvételt nyertek, de még nincsenek az elvárt nyelvi szinten, az egyetemek alapozó kurzusokat szerveznek, amelyek egy rövid nyári tanfolyamtól egy egész tanévig terjedhetnek, kulturális és tanulás-módszertani elemeket is tartalmazhatnak, és legtöbb esetben vizsgával zárulnak. Egy ilyen tanfolyam kínai hallgatóinak egyik angol nyelvű házidolgozatát vizsgálta ez a kutatás. A diákoknak esszét kellett írniuk 1500-2500 szó terjedelemben egy szabadon választott, őket érdeklő gazdasági vagy társadalmi természetű jelenségről. Ehhez internetes kutatást kellett végezniük. A hallgatókat arra bátorították, hogy már ismert témát dolgozzanak fel, és lehetőleg olyat, amely leendő szakterületükbe vág, és így esetleg később majd tovább tudnak vele foglalkozni. A száznyolcvan esszé átolvasása után objektív és szubjektív szempontok alapján öt témacsoportot választottam ki jelen kutatáshoz. Először is olyan kérdéseket kerestem, amelyeket több hallgató feldolgozott. Így nemcsak arról győződtem meg, hogy az adott téma az érdeklődés középpontjában van Kínában, hanem több szempontból is lehetett ugyanazt a leírt jelenséget, konfliktust vagy az arra adott megoldási javaslatokat megfigyelni. Másodsorban olyan esszéket válogattam, amelyek általam nem ismert adatokat és számomra meglepő tényeket tartalmaztak. Ebben a tanulmányban most öt témakörrel fogok beszámolni.

Közösségi szolgáltatásnyújtások, közösségi gazdaság

Az első témakör még Európában is újdonságnak számító gazdasági kezdeményezéseket ölel fel: olyan újszerű, alulról jövő társadalmi és gazdasági kezdeményezések körét, amelyet közösségi gazdaságnak (sharing economy) nevezünk. Lényege, hogy az árukhoz és a szolgáltatásokhoz vásárlás nélkül, felhasználóként juthatunk. A tulajdonos vagy pénzért vagy szívességből biztosítja őket. Előfeltétele volt a közösségi technológiák megjelenése, hiszen a legtöbb szolgáltatást Internetes applikációk használatával tudjuk igénybe venni, például QR kóddal, vagy online platformokra csatlakozással. Fontos eleme az önszerveződés, mivel szolgáltatók és szolgáltatásra igényt tartók veszik fel egymással a kapcsolatot. A nyugati társadalmakban a közösségi gazdaság mint új üzleti modell megjelenését a növekvő népesség, az energiaforrások kimerülésének felismerése és válaszlépésként a tudatos mozgalmak terjedése segítette elő (Sharing Economy Szövetség, 2017). Kínában a lehetőségek és a meglévő erőforrások legjobb kihasználása tűnik a fő célnak.

A kínai hallgatók nagyon sokféle szolgáltatást soroltak fel, melyek között fizetős és szívességi szolgáltatások is szerepeltek, mint például a közösségi taxizás, „közbringa” használat, a rövid távú iroda szolgáltatás, a „couchsurfing” (ingyen szállás csere). Ezek a fogalmak olyan újak, hogy többjüknek nincs is még kialakult magyar megfelelője, de a kínai diákok már magabiztosan és részletesen beszámolnak róluk. Az írásokból az derül ki, hogy egy részüket a nagyvárosi élet hozta létre. A jó Wi-fi eléréssel rendelkező irodatulajdonos például megosztja helyiségét másokkal, akik üzleti ügyben a környéken tartózkodnak, de esetleg nincs Internet kapcsolatuk; vagy többen vesznek igénybe egy autót, hogy a város egyik pontjáról a másikba eljussanak. A modell elméleti hátterének bemutatásakor fontos pozitív jellemzőként emelték ki a hallgatók, hogy a tulajdonjogot (ownership rights) gyengíti, ezzel szemben a használati jogot (rights of use) erősíti. Hátrányként írták le a minőségbiztosítás hiányát és a kontrollálatlanságot, amely miatt nehéz a beavatkozás a rendszerrel visszaélőkkel szemben.

A tény, hogy ezek a közösségi kezdeményezések Kínában nincsenek betiltva, több oldalról is megvilágítja az ország jelenlegi pragmatikus politikai gyakorlatát. Egyrészt léteznek és engedélyezettek felülről nem kontrollált (és részben kontrollálhatatlan) helyi társadalmi és gazdasági gyakorlatok, tehát a régebbi évtizedek eljárásaival ellentétben, a politika nem próbálja visszaszorítani ezeket. A gazdasági haszon mellett ugyanis, amelyet nyilvánvalóan hajtanak, megjelenik bennük a tömeges önszerveződés eleme, amelyre a kormány, úgy tűnik, nem reagál tiltással. Annak ellenére sem, hogy a közösségi gazdálkodás egy olyan internetalapú rendszer, ahol a felhasználók közvetlenül kommunikálnak egymással. Talán az a tény, hogy helyi bevételeket generálnak, hozzájárul ahhoz, hogy az állam eltűri a létüket.

A politikai szemponton kívül számomra meglepő a jelenségben a mögöttes gazdaságpolitikai megfontolás is. A mindennapos magyar tapasztalat, hogy az állam az új kezdeményezéseket azonnal szabályozni akarja, és adóbevételi forrásként lecsap rájuk (lásd a rövidtávú lakáskiadás adó és járulékterhei), elfojtva a vállalkozó kedvet, az esszék alapján, teljesen hiányzik a kínai gyakorlatból. De nemcsak a magyarországi adóztatás, hanem az európai jog is próbálja szigorú jogi keretek között tartani az ilyen társadalmi-gazdasági kezdeményezéseket, utalhatunk itt a több nagyvárosban betiltott Uber közösségi taxizás helyzetére. Ha tehát a kínai kormány valóban túri, esetleg még támogatja is a közösségi kezdeményezéseket, ez nagyban hozzájárulhat a versenyképesség megőrzéséhez és újabb gazdasági modellek létrehozásához. A leendő kínai üzletemberek pedig ilyen környezetet látnak maguk körül, és ezt fogják tovább építeni.

Készpénz nélküli kereskedelem

A második visszatérő tématerület a készpénz nélküli kereskedelem, amely Kínában már az egész gazdaságot átszövi. Az esszében nem kis büszkeséggel tudatták az ifjú gazdasági szakemberek, hogy a világ legfejlettebb online kereskedelme az övék. Több írás hivatkozik a Tencent/RDCY/Ipsos 2017-es felmérésére, amely szerint 2016 végére a mobiltelefonos fizetés szinte az élet minden területén elérhetővé vált, még az utcai árusoknál is jellemző fizetési eszköz lett. Ugyanez a felmérés felhívja a figyelmet arra, hogy, bár generációk közötti különbség a mobilfizetésben is megfigyelhető, sokkal fontosabb az a tény, hogy ez a fizetési mód áthidalja a vidék és a város közti különbségeket, mivel Kínában az Internet az elmaradottabb régiókban is elérhető. A feltétlen bizalmat jelzi a mobiltelefonos fizetés irányába a Tencent fent említett statisztikája, amely szerint a kínaiak negyven százaléka 100 yüannál kevesebb (4000 forint körüli) összeget visz magával naponta, és 84 százalékuk nem aggódik, ha egyáltalán nincs nála készpénz, hiszen úgy gondolja, mobiltelefonnal biztosan tud majd fizetni (Tencent/RDCY/Ipsos, 2017).

A Deutsche Bundesbank német és kínai vásárlók fizetési szokásait összehasonlító kutatása arra mutat rá, hogy Kína kihagyta a kártyás fizetés időszakát, és a készpénzes vásárlásról ugrásszerűen áttért a mobil alapú fizetésre. Ehhez a két kezdő lökést az okostelefonok gyors elterjedése és az Internetes kereskedelem beindulása adta, amely során a nagy online áruházak, például az Alibaba, létrehozta a saját fizető platformját, az Alipay-t. Manapság az online kereskedelem közel 50%-a már ezen a felületen zajlik (Korella, 2017), és a szolgáltatók kedvezményes árakkal próbálnak még több vásárlót mobilfizetésre ösztönözni.

A hallgatók a hagyományos áruk és szolgáltatások mobilfizetési piaca mellett ismertetik a bankok által kínált „mobilbankolást” és más

pénzintézetek által kínált mobil befektetési lehetőségeket is, mint például az online értékpapír vásárlást, amely több dolgozat szerint nyitva áll a „professzionális befektetők” és a lakosság előtt is. A kínai hallgatók kiemelik, hogy a mobiltelefonos vásárlás a mindennapi vásárlói szokásokat megváltoztatta, főképp mert olyan flexibilitást biztosít, amelyre a modern kornak szüksége van. Ugyanakkor a dolgozatokból hiányzik annak az elemzése, hogy a könnyebbé vált fizetési szokások miatt többet költenek-e az egyes vásárlók. Ennek az lehet a magyarázata, hogy mobiltelefonos fizetéskor a kínaiak még mindig a saját pénzüket költik, banki vagy harmadik fél által adott hitelek nem részei a rendszernek, legalábbis a diákok nem számolnak be róla. A mobiltelefonos fizetés veszélyeivel viszont tisztában vannak a hallgatók, és részletesen felsorolják, milyen problémákat rejthet ez a fizetési forma. A legtöbben a bizonytalanságot említik a QR kód leolvasásánál, amennyiben az egy hamis weboldalhoz is vezethet. A második lehetséges veszélyforrásnak a vírusokat jelölték meg, amelyek vagy a vásárló telefonjában tárolt adatokhoz férhetnek hozzá, vagy a fizetési platformokat támadják meg és elérhetetlenné teszik őket. Egy hallgató sem magyarázta el, mi történik ezekben az esetekben: vajon kártalanítják-e a károsult vevőket, és létezik-e jogi szabályozás ezekre a helyzetekre.

Fenntartható vagy fenntarthatatlan fejlődés a divatiparban

Több hallgató is feldolgozta a Kína gazdasági növekedéséhez nagyban hozzájáruló divatipar anomáliáit. A fenntarthatatlan fejlődés példjaként jelent meg a dolgozatokban a ruhagyárak környezetszennyező termelése és az ún. „fast fashion”, a hetente változó kínálat, az eldobható divat ideológiája. A nyugati áruházláncok fejlődő országokban előállított termékei az olyan vásárlói igényeket elégítik ki a ruhaiparban, mint az olcsó gyorsétermek az étkezés területén. A hallgatók két oldalról is kritikusan szemlélték az iparágat: magát a tömegtermelést és a környezetterhelést kapcsolták össze, de a vásárlói magatartást és a hozzá kapcsolódó ideológiát is bírálták (vedd meg olcsón, dobd el gyorsan, cseréld le újra). Megjelent az etikus vásárlói magatartás igénye, amely szintén Kína globalizáltságát jelzi, hiszen ez is „világtrend”, egy lehetséges válasz a probléma megoldására.

A környezetszennyezés csökkentésére megoldási javaslatként minden esetben a gyárak szigorúbb szabályozása, büntetések kiszabása került szóba, amely a kormány feladata az esszéírók szerint, önszabályozást vagy civil nyomásgyakorlást mint lehetőséget nem említett senki. Méginkább elgondolkodtató, hogy a divatipart illető kritikai megjegyzésekből teljesen hiányzott az az elem, amely számon kérte volna a gyárakon a dolgozók rossz munkakörülményeit és alacsony bérét, holott a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) kérdését kínai gazdasági szakemberek is tárgyalják a fenntartható divatipar

vonatkozásában (például Dickson & Chang, 2015). Az írások alapján nem lehet tudni, vajon majd folytatják-e a leendő üzletemberek a nyugati megrendelők kiszolgálását a helyi munkavállalók kárára, vagy változások lesznek tapasztalhatók ezen a téren.

A közösségi média káros hatásai

A legmodernebb üzleti modellekről szóló elemzések olvasása után, amelyekből egy fejlett és öntudatos társadalom bontakozott ki, ennél a témakörnél éreztem leginkább, hogy a hallgatók a közbeszéd által felkapott, sematikus érvelést nyújtják, mintsem, hogy kritikusan érvelnének. A közösségi média káros hatásai között felsoroltak mind az egyénre mind a csoportra vonatkozó negatív következményeket, legfőképp az elmagányosodást és a függőséget. Kerülték viszont a politikai megnyilatkozásokat, és nem említették a helyi Internetes korlátozásokat. A számomra legmeglepőbb érvelés ennek fényében az volt, hogy a kínai hallgatók szerint az Internet jelen formájában korlátozásra szorul: a káros weboldalakat ki kell szűrni és meg kell szüntetni; az online eltöltött időt a szülőknek korlátozni kell, mivel a fiatalok nem tudják eldönteni, mi a jó nekik, így mindenképpen segítségre szorulnak ezen a téren.

Ezen túlmenően, a legszembetűnőbb különlegessége ennek a témakörnek, hogy az esszék alapján a hallgatók fejében a közösségi média, az Internet, valamint a különféle applikációk és platformok használata összemosódik. Ugyanúgy ez alatt a cím alatt tárgyalták az elektronikus zaklatás (cyberbullying) és csoportbefolyásolás negatív pszichológiai következményeit, mint az Internetes biztonságot vagy az online fizetések hekkerek általi esetleges eltérítését. A közösségi médiahasználat tárgyalása tehát nem különült el az online keresésekkel eltöltött idő haszontalanságának tárgyalásától vagy a túlzott monitorhasználat által okozott egészségügyi problémák felsorolásától. Lehet, hogy maga a fogalom, amit mi közösségi médiának hívunk (social media) és ami alatt a felhasználók által közreadott tartalmak és interakciók színterét értjük, nem annyira hangsúlyos, vagy talán már túlhaladott Kínában, hiszen az online lét az élet minden területét átszövi.

A kínai egyetemek tanítási gyakorlata

Az ötödik témakör, amelyet több hallgató is feldolgozott, a kínai egyetemek tanítási gyakorlatának kritikai elemzése volt. A kínai gazdasági képzéseken az írások alapján a frontális oktatás dominál: a nagylétszámú csoportoknak a tanárok előadást tartanak, kevés az interakció, a tananyag tartalmát teljes egészében a tanár határozza meg, a tanuló passzív befogadó szerepbe kényszerül. A hallgatók leginkább azt kifogásolták, hogy az egyetemen elméleti ismereteket sajátíthattak el, gyakorlati

tapasztalatszerzés és kompetenciafejlesztés nélkül. A tananyag tartalmát és az oktatási módszereket mindvégig a „tradicionális” jelzővel illették, amelyet egyértelműen negatívumként írtak le.

Többen hivatkoztak európai (Andrews & Higson, 2008) és globális (Bowers-Brown & Harvey, 2005) kutatásokra, amelyek egybehangzóan állítják, hogy a munkáltatók és a gazdasági képzések hallgatói egyaránt a következő három területet tartják a legfontosabbnak a későbbi munkaerő alkalmazhatóságának szempontjából: 1) gazdasági/üzleti ismeretek, tárgyi tudás (hard skills); 2) interperszonális kompetenciák (soft skills); 3) munkatapasztalat, munkahelyen történő tanulás. A hallgatók az üzleti képzéseken az elmélet és a gyakorlat összekapcsolására az esettanulmányok elemzését, majd későbbi készítését találták ideális módszernek. A legfőbb pozitív hatások között említették a tanulók aktív közreműködését, a csoportmunkát, a kutatás helyes módszerének megtanulását és a kritikus gondolkodás alkalmazását az anyag feldolgozása során. Szerintük az esettanulmányok vizsgálata valódi üzleti döntéshelyzetek elemzése, amely során több perspektívából lehet ugyanazt a kérdést vizsgálni.

Habár dolgozataikban explicit módon nem fogalmazták meg, a hallgatók egyértelmű változást szeretnének látni a kínai felsőoktatásban, amely valószínűleg nem tudott lépést tartani a párhuzamos társadalmi és gazdasági változásokkal. A diákok által felvetett kifogások, amelyek a tanulóközpontúságot célozzák meg, ugyanakkor a tanár-diák hatalmi egyensúly átalakítását is magukban hordozzák (Weimer, 2002; Blumberg, 2009; Wright, 2011). Kérdés, hogy a kínai felsőoktatás mennyire fogadóképes ezekre a javasolt változtatásokra.

Összefoglalás

Az egyetemi hallgatók dolgozatai alapján egy gyorsan fejlődő, innovatív kínai gazdaság és társadalom rajzolódik ki, melynek egyes elemei és az előrehaladás nagyságrendje nem volt köztudott. A globalizáció elérte a országot és ugyanazokat a kérdéseket veti fel, mint a világ többi részén. Egyes területeken Kína az élmezőnybe került és élvezője lett (mobil fizetőeszközök használata), más területeken épp szenvedő alanyává vált a kialakult trendeknek (divatipar és fenntarthatatlanság). A magyar felsőoktatás számára tanulság lehet, hogy a kínai gazdasági mesterszakos hallgatók valószínűleg legalább az otthoni színvonalat várják el technikai és infokommunikációs téren, és kritikusan viszonyulnak a „tradicionális” tanítási módszerekhez.

Irodalomjegyzék

- Andrews, J., & Higson, H. (2008) Graduate employability, 'soft skills' versus 'hard' business knowledge: A European study. *Higher Education in Europe*, 33 (4), 411-422.
- Blumberg, P. (2009). *Developing learner-centered teaching: A practical guide for faculty*. San Fransisco, CA: Jossey-Bass.
- Bowers-Brown, T., & Harvey, L. (Eds.) (2005). *Employability cross-country comparisons*. (Winter 04/05). Prospects Net. Letöltés: <http://ww2.prospects.ac.uk/> [2018.01.02].
- Center for China and Globalization (2018). *CCG Annual Report: Number of Chinese studying abroad reaches record high in 2016; More international students in China come from countries along B&R*. Letöltés: <http://en.ccg.org.cn/> [2018.01.02].
- Dickson, M. A., & Chang, R. K. (2015). Apparel manufacturers' path to world class corporate social responsibility: Perspectives of CSR professionals. In Choi, T. M., & Cheng, T. C. E. (szerk.), *Sustainable fashion supply chain management: From sourcing to retailing*. New York: Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-12703-3_6
- Korella, J. K. (2017). *Cash and cards vs smartphone? - Outcomes of a comparative study on retail payment behaviour in China and Germany*. European Central Bank Conference, 2017. Oct. 01. Letöltés: <https://www.ecb.europa.eu/pub/conferences/share> [2018.05.22].
- McKinsey & Company. (2017). *Chinese luxury consumers: More global, more demanding, still spending*. Letöltés: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/chinese-luxury-consumers-more-global-more-demanding-still-spending> [2018.04.12].
- Sharing Economy Szövetség. (2017). *Mit is jelent a 'Sharing Economy'?* Letöltés: <https://www.sharingeconomy.hu/> [2018.05.25].
- Tencent/RDCY/Ipsos (2017 August). *2017 Mobile payment usage in China report. Smart life: A cashless reality*. Letöltés: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2017-08/Mobile_payments_in_China-2017.pdf [2018.02.11].
- Worldbank (2018). *China. Overview*. <http://www.worldbank.org/en/country/china/overview> [2018.03.01].
- Weimer, M. (2002). *Learner-centered teaching: Five key changes to practice*. San Fransisco, CA: Jossey-Bass.
- Wright, G. B. (2011). Student-centered learning in higher education. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 23 (1), 92-97.