

Turizmus-vendéglátás szakos hallgatók attitűdje és gondolkodása a vállalkozások világáról: Születni kell rá, vagy tanulni is lehet?

Szalók Csilla¹, Erdélyi Éva²

¹ Turizmus Tanszék, Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

² Üzleti Elemzés Módszertan Tanszék, Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

https://doi.org/10.29180/978-615-6886-08-8_7

Az egyetemi hallgatóknak a felsőoktatási évek nyújtják az átmenetet a diákság és a munka világa között, az első munkatapasztalatok és az egyetemen tanultak között. Meghatározóak a belső motivációk és külső tényezők, azon belül a felsőoktatás hatása is. A kutatás célja feltárni, hogy a felsőoktatásban tanultaknak van-e olyan hatása a turizmus-vendéglátás szakos hallgatókra, hogy vállalkozói jövőt tervezzenek, vagy erre más tényezők hatnak inkább. A kutatás fókuszában a hallgatók vállalkozási motivációjának vizsgálata és ezen belül a KKV-k a turizmusban és vendéglátásban tantárgy jelentősége van. Az adatgyűjtés az egy félévben e tantárgyat tanuló 214 hallgató kérdőíves felmérése alapján történt. Megkérdeztük a vállalkozói létről alkotott véleményüket, voltak kérdések a belső motivációjukra és külső tényezőkre vonatkozóan is. A különböző tényezők hatását és a köztük lévő kapcsolatokat statisztikai módszerekkel elemeztük. Megállapítható, hogy a hallgatók vállalkozási hajlandóságában nagy szerepe van a külső és belső motivációnak egyaránt. Meghatározó a környezet, ahonnan érkeznek a felsőoktatásba és az ott tanultak is. A BGE turizmus-vendéglátás szakos hallgatóira általában jellemző, hogy ismernek a környezetükben vállalkozókat, többségüknek a családjában is van. Meg tudják valósítani elképzeléseiket és kockázatvállalók a jó eredmény reményében; vannak ötleteik, amire vállalkozást lehetne építeni. Többen gondoltak már arra, hogy vállalkozásba kezdjenek, és egy vállalkozásban előbb-utóbb inkább vezetőnek tudnák magukat elképzelni, mint beosztottnak. A hallgatók megfogalmazzák, hogy szerintük mitől sikeres egy vállalkozás, mik egy vállalkozó jó tulajdonságai. A felsőoktatás vállalkozói életre ösztönzi a kezdeményezőbb hallgatókat és azokat, akik alkalmasnak tartják magukat erre, továbbá más ezzel kapcsolatos véleményükre is hat, felkészítve őket a munkaerőpiacon.

Bevezetés

A hallgatók a felsőoktatásban készülnek fel a munkaerőpiacon való helytállásra. Bár sokan dolgoznak a tanulmányaik alatt is, a felmérések szerint (Berde & Remsei, 2023) a hallgatók több, mint 50%-a számára a

felsőoktatás nyújtja az átmenetet a diákság és a munka világa között. Az esetleges első munkatapasztalatuk mellett a felsőoktatási éveknél van szerepe abban is, hogy milyen munkahelyet választanak, milyen munkakörben és jogviszonyban fognak dolgozni. A turizmus oktatás gyakorlatorientált képzési terület, sokoldalú készségeket, interkulturális tudást, gyakorlati készségeket és tapasztalatokat igényel (Jenkins, 2020). A komplex és sokoldalú szakmai tudás, a vendégkapcsolatok menedzselése, a hatékony kommunikáció és a konstruktív problémamegoldás, a különböző típusú szolgáltatókkal való eredményes együttműködés kulcsfontosságú a sikerhez. A kompetenciafejlesztés a turizmus oktatásban speciális, multidiszciplináris megközelítést kíván. A gyakorlatorientált oktatással olyan kompetenciák fejlesztése lehetséges, amelyekkel hallgatóink eligazodnak ebben az összetett iparágban, valós piaci körülmények között sikerrel tájékozódnak, és amelyek közvetlenül alkalmazhatók a munkaerőpiacon. Kutatásunkban a turizmus-vendéglátás szakos hallgatók vállalkozási hajlandóságát, motivációit vizsgáljuk, a vállalkozói létről alkotott véleményüket tárjuk fel. A hallgatók megfogalmazzák, hogy szerintük mitől sikeres egy vállalkozás, mik egy vállalkozó jó tulajdonságai. Kérdőíves felmérés keretében kapunk választ arra, hogy milyen motivációk befolyásolják őket a felsőoktatásban és környezetükben, melyek a meghatározó tényezők, mit tartanak fontosnak a döntéseik során.

A kutatás elsődlegesen arra irányul, hogy a felsőoktatásban tanultaknak és azon belül a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* tantárgynak van-e olyan ösztönző hatása a turizmus-vendéglátás szakos hallgatókra, hogy vállalkozói jövőt tervezzenek, vagy erre más tényezők hatnak inkább. A kutatás a következő kérdésekre kereste a választ: (1) Gondoltak-e a hallgatók már arra, hogy vállalkozásba kezdjenek, és ez mitől függ? (2) Melyek a vállalkozások indításához szükséges legfontosabb erőforrások? (3) Ösztönzik-e a hallgatókat az egyetemen tanultak arra,

hogyan vállalkozzanak, elegendőnek tartják-e a megszerzett ismereteket hozzá?

Szakirodalmi áttekintés

Motiváció és a motivációk típusai

A motiváció az emberek viselkedésének tudományos és mindennapi tevékenységének irányító elemeit foglalja magába. Reisz és munkatársai (2008, p. 245) megfogalmazásában „a motiváció fogalma mögött az a kérdés áll, hogy mi mozgatja, hogyan cselekszik az ember”.

Intrinzik és extrinzik, oktatással kapcsolatos motiváció

Réthy (2001) a tanulási motivációkat így különbözteti meg: intrinzik és extrinzik motiváció, valamint e kettő között a presztízismotiváció. Intrinzik motivációról akkor beszélünk, amikor a tanuló saját lelkiismerete miatt teljesíti a követelményeket. Az intrinzik motivációk esetében a tanulási tevékenység mozgatórugója a feladtból fakad. A tevékenység és a tanulás folyamata örömet okoz, és a tanulót a kíváncsiság, a felfedezés vagy a megértés öröme motiválja.

Az intrinzik motiváció olyan belső tendenciát jelent, amely a kihívás vagy az újdonság keresésében, a személy képességeinek bővítésében vagy gyakorlásában, valamint valami új felfedezésében vagy megtanulásában nyilvánul meg (Ryan & Deci, 2000). Vannak kutatók (Vallerand et al., 1992), akik az intrinzik motivációkat egyként értelmezték, és háromféle motivációtípust különböztettek meg. Ezeket úgy csoportosították, hogy irányulhatnak a megismerésre, a teljesítésre és az ösztönzés megtapasztalására. A megismerésre irányuló motiváció „úgy határozható meg, mint egy tevékenység végzésének ténye az öröm miatt, amelyet az ember tapasztal” (Vallerand et al., 1992, p. 1006), miközben új ismereteket szerez. A teljesítményekre irányuló intrinzik motiváció azt jelenti, amikor valaki „egy tevékenységet a megelégedettség miatt végez, megtapasztalt

kísérleteket tesz arra, hogy elérjen vagy létrehozzon valamit” (Vallerand et al., 1992, p. 1006). A harmadik típus az ösztönzés megtapasztalására irányuló intrinzik motiváció, amikor valaki azért végez egy tevékenységet, hogy ösztönző érzéseket tapasztaljon. Az intrinzik motiváció tehát minden esetben külső tényezők befolyása nélkül valósulhat meg, amikor az egyén csak a tevékenység végzésével járó eredményekért és elégedettségért végzi a cselekvést.

Az extrinzik motiváció különféle viselkedésmintákat foglal magába, de az intrinzik motivációval ellentétben a cselekvést az egyén nem saját magáért, hanem egy, a cselekvésen kívüli külső célért végzi. Ez lehet például egy jutalom elnyerése vagy büntetés elkerülése. Vallerand és munkatársai (1992) az önmeghatározás szintje alapján a külső motiváció három, egymással összefüggő szakaszát különböztetik meg. Az első a külső szabályozás, amikor a viselkedést kívülről irányítják, ilyenek a jutalmak és korlátozások. Az extrinzik motiváció második szakasza az introjektált szabályozás (amikor a cselekvést az önértékelés növelése vagy a szégyen elkerülése motiválja), ami az előbbi külső megfelelőinek internalizálása (Kiss, 2015). Ilyenkor a rajta kívülálló forrásból érkező értékeknek és normáknak megfelelően viselkedik akkor is, ha megszegése esetén nem kell számíttania külső negatív szankcióra. A harmadik extrinzik szakasz az identifikációs szabályozás, amikor valaki azért tanul, mert ez a fajta viselkedés fontos saját maga számára, különösen, ha ezt a viselkedést maga választhatja. Ezt identifikáción keresztül történő szabályozásnak nevezzük. Az extrinzik és intrinzik motivációk összefüggenek, és egyszerre játszanak fontos szerepet.

A hallgatók tanulási motivációja

A motivációk különböző típusait különböző tényezők határozzák meg. Azokat a tényezőket, amelyek alapján döntést hozunk egy viselkedés elkezdéséről vagy folytatásáról, motívumoknak nevezzük. Ezek azok a

célok, attitűdök, meggyőződések, társadalmi normák vagy egyéb tényezők, amelyek alapján a viselkedésünkről döntünk (Józsa & Fejes, 2010). A motivációk különösen fontos szerepet játszanak a felsőoktatásban, hiszen feltételezhetjük, hogy azok a hallgatók jelentkeznek egyetemi tanulmányokra, akik valóban tanulni szeretnének. A nagyobb szabadság és autonómia nem mindenre egyformán hat, erősítheti vagy gyengítheti a tanulási motivációt.

Magyarországon több tanulmány is foglalkozott az egyetemi hallgatók motivációinak elemzésével, egyetemünk hallgatóiról is készült tanulmány (Szabó et al., 2020). Gyakran alkalmazott vizsgálati módszer ma már az anonim, önkéntes kérdőív. Ezek közül az egyik legismertebb kutatás a Diplomás Pályakövetési Rendszer (DPR). Az Állami Számvevőszék kiadott egy elemzést (Timár, 2017), amely összefoglalja a felmérések lényegét. A rendszer egy központilag összeállított kérdésblokk alkalmazásával méri a magyar felsőoktatás eredményeit, amely összehasonlíthatóvá teszi a különböző intézmények teljesítményét. A felmérés elsősorban a diplomával rendelkező hallgatók munkaerőpiaci helyzetét és karrierútját vizsgálja, valamint a munkavállalási és migrációs terveikre fókuszál (Galasi et al., 2006). Ez lehetőséget ad a felsőoktatási intézmények számára, hogy a visszajelzések alapján fejlesszék képzési programjaikat, többek között a saját vállalkozások indításában, a vállalkozói lét tervezésében (Petőné Csuka, 2014).

Motivációk a turizmus képzésekben: vállalkozóktól és szakemberektől tanulni

Egyetemünkön a turizmus képzés gyakorlatorientált, a szektor különösen igényli a gyakorlati tapasztalatokkal rendelkező szakembereket. A gyakorlati oktatás kulcsfontosságú és meghatározó része a két féléves szakmai gyakorlat, amely nemzetközi tapasztalatok szerzésére is lehetőséget teremt. A képzés során csoportprojektek és esettanulmányok

segítik a valós életből vett problémák feldolgozását, hogy a hallgatók releváns és aktuális tapasztalatokat szerezzenek. A gyakorlati képzés erőssége, hogy az oktatók valódi sikeres vállalkozók, akik a vállalkozói élet kihívásait és megoldásait osztják meg a hallgatókkal. A gyakorlatorientált tanítás hatékonyságát a turizmus oktatásban több nemzetközi tanulmány hangsúlyozza. A valós tapasztalatok áthidalják az elmélet és a gyakorlat közötti szakadékot (Başaran, 2016). A tudás a tapasztalatok átalakításával jön létre, egyedisége és összetettsége a sokszínűségében rejlik (Čavlek, 2015).

A vállalkozói lét és az azzal kapcsolatos motivációk

A Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés alapján (Csákné Filep et al., 2024) a vállalkozói légkör értékelése stabilnak tekinthető az elmúlt évek adatait összevetve, viszont aggodalomra ad okot, hogy 2022-ben is alacsony szinten (28,2%) stagnált azok aránya, akik kedvező vállalkozásalapítási lehetőséget látnak a közeljövőben. A 2023-as szakértői értékelések alapján a vállalkozási ökoszisztéma állapotát mérő komplex mutató értéke Magyarországra vonatkozóan 4,5-re csökkent az előző évi 4,7-es értékről (az 1-től 11-ig terjedő skálán kielégítőnek tekinthető, ha legalább 5-ös értékű). Változás látszik a vállalkozási motivációkat vizsgálva. A 2023-as felmérés alapján egyértelműen és döntően a megélhetés biztosítása a legfontosabb vállalkozásindítási motiváció. Azonban kedvező irányt jelent a felmérés szerint, hogy bár minimális mértékben, de nőtt azok aránya, akik saját bevallásuk szerint rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel, illetve tapasztalattal. Stabil a magyar lakosság vállalkozási aktivitása is. A 18–64 év közöttiek 10,4 százaléka tervez a következő három évben vállalkozást indítani, ami megegyezik a korábbi években mért aránnyal. Megállapították, hogy a vállalkozói lét és a vállalkozásoktatásban való részvétel szorosan összefügg, a vállalkozással rendelkezők közel kétszer

nagyobb eséllyel vettek részt vállalkozásoktatásban, mint a nem vállalkozók (Csákné Filep et al., 2024). A 2023-as előzetes adatok alapján hazánkban a 901 020 vállalkozás 99,9%-a minősül mikro-, kis- és közepes vállalkozásnak (KSH, 2024). A vállalkozások foglalkoztatáshoz, GDP-hez való hozzájárulása kiemelten fontos, kulcsszerepet játszanak a gazdaság versenyképességének növelésében. Mivel a vállalkozási hajlandóságot növelheti a vállalkozásoktatás, annak a tantárgynak a hallgatói képezik a vizsgálat tárgyát, akik ezt a turizmus-vendéglátás képzésen tanulják. A hallgatók vállalkozásra való felkészítése a szektorban általános vállalkozási és speciális szakmai ismeretek szintetizálásával érhető el, ennek ad keretet a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* tantárgy.

Módszer

A KKV-k a turizmusban és vendéglátásban tárgy sajátosságai

A Budapesti Gazdasági Egyetem előintézményében a Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolán az 1993/1994. tanévben az idegenforgalmi és szálloda szakon úttörőként indult el a *Kis üzleti vállalkozások* című tantárgy oktatása, majd folyamatos innovációs tevékenység eredményeként meghatározó törzstantárgy része lett a bolognai folyamat részeként létrejött turizmus-vendéglátás alapképzési szaknak.

A tantárgy oktatásának célja az egyetemi képzés rendszerében elsajátított általános vállalkozási és speciális szakmai ismeretek szintetizálása, a hallgatók felkészítése arra, hogy alkalmasak legyenek idegenforgalmi kis- és közepes vállalkozások megalapítására, elindítására, vezetésére és hatékony működtetésére. Az elmélet és gyakorlat integrálása, azaz az elmélet tanulása mellett a képzésbe épített gyakorlatok és a szakmai gyakorlat során megszerzett tapasztalatok együttes felhasználása teszi lehetővé a hatékony oktatást. Kiemelt szerepet kap a képzés során az üzleti terv készítése, a terv felépítésének,

tartalmi követelményeinek, a tervfejezetek összefüggéseinek megismerése. Cél a fiatalok vállalkozóvá válásának ösztönzése a sikeres vállalkozások és vállalkozók megismerésén és a legjobb gyakorlatok bemutatásán keresztül.

Résztvevők

A kutatási kérdések megválaszolására kérdőíves primer felmérés a legalkalmasabb módszer. Megvalósítása a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karán a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* nappali, magyar nyelvű kurzus hallgatóinak segítségével történt. Összesen 333 diák tanulta ezt a tantárgyat a 2023/2024. tanév tavaszi félévében 11 gyakorlati kurzus keretében. A kérdéssorra 214 értékelhető válasz érkezett, amit a kutatás céljából elemzünk.

Az adatgyűjtés és adatelemzés módja

A kérdőív négy szakaszból állt, néhány nyitott kérdéstől eltekintve zárt kérdéseket tartalmazott, az adatfelvételhez egyszeres és többszörös választású kérdésekkel. A kérdések megválaszolása önkéntesen és anonim módon történt 2023. május első felében. Az első részben néhány háttérinformációt kérdeztünk meg a hallgatóktól, pl. a képzés hányadik félévét végzi, mi a neve, a lakhelye, és hogy a családjában, illetve ismeretségi körében van-e vállalkozó. A második szakaszban a vállalkozói létről alkotott véleményükkel kapcsolatos kérdések szerepeltek, pl. az, hogy szerintük mitől sikeres egy vállalkozás, kockázatot vagy lehetőséget lát benne inkább, melyek egy vállalkozó fő tulajdonságai. A harmadik szakasz kérdései a belső motivációjukra vonatkoztak, pl. meg tudja-e általában valósítani elképzeléseit, készít-e tervet céljainak eléréséhez és követi-e azt, vállalna-e kockázatot a jó eredmény reményében, kezdeményező szerepet játszik-e általában az órákon, volt-e már olyan ötlete, amire

vállalkozást/céget lehetne építeni (általában és a turizmus és vendéglátás területén), alkalmasnak tartja-e magát vállalkozni, gondolt-e már arra, hogy vállalkozásba kezdjen, egy vállalkozásban inkább vezetőnek vagy inkább beosztottnak tudná magát elképzelni, tudatosan fejlesztené-e a jövőben vállalkozási készségeit, ha lenne rá lehetősége, illetve ha lenne megtakarított pénze és ötlete, elindítana-e egy vállalkozást. A negyedik szakaszban a külső tényezőkről tettünk fel kérdéseket, pl. ismer-e a környezetében vállalkozókat, a felsőoktatás felkeltette-e az érdeklődését a vállalkozások iránt, a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* című tantárgyon kívül, a felsőoktatásban találkozott-e a vállalkozói lét előnyeivel, elegendőnek tartja-e az oktatást ahhoz, hogy ha van egy jó ötlete, belekezdjen egy vállalkozás megvalósításába, vagy ha támogatásként kapna 5 millió forintot, belevágna-e egy vállalkozás elindításába.

A válaszok alapján készült adatbázist statisztikai módszerekkel elemeztük, leíró statisztikát és összefüggésvizsgálatot végeztünk. A kutatási kérdések megválaszolásakor a p-értékek alapján döntöttünk, 95%-os megbízhatósági szinten. Az online kérdőívet a Google Űrlapok alkalmazással, az elemzést a Microsoft Excel és az IBM SPSS programcsomag segítségével készítettük.

A primer kutatás eredményei

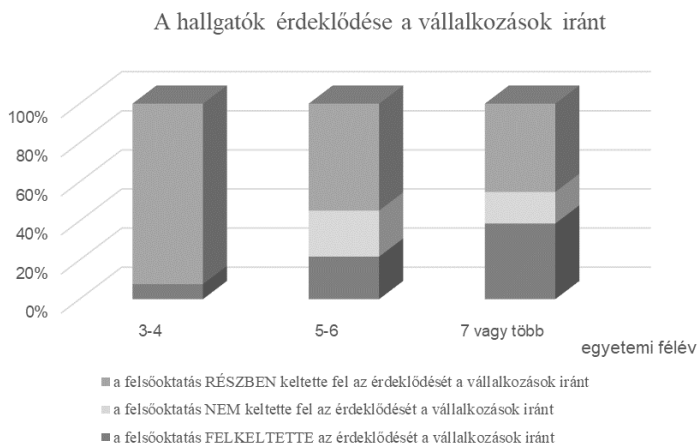
Az eredmények bemutatása a kutatási kérdések szerinti sorrendben történik. Először a háttérváltozók szerinti egyéni különbségek feltárását mutatjuk be. A kérdőívet kitöltő hallgatók 80%-a nő és 20%-a férfi, ami kb. tükrözi a hallgatói összetételt az évfolyamon. A különböző nemű hallgatóknak a kérdésekre adott válaszai között nincs szignifikáns különbség, kivéve az, hogy a nők inkább vállalnak kezdeményező szerepet az órákon ($p=0,014$), és a férfiak hajlamosabbak a kockázatvállalásra ($p=0,048$). A férfiaknak csak 21%-a érez kockázatot a vállalkozásokban, a

nőknek 36,84%-a. A legnagyobb kockázatot a Budapesten lakók látják benne (40,43%), de a vidéki városokban lakók is elég sokan (35,13%) ($p=0,046$). A többi kérdésre adott válaszokban nincs különbség a válaszadók lakóhelyének tekintetében.

A kitöltők 23%-ának a felsőoktatás felkeltette az érdeklődését a vállalkozások iránt, 56%-uknak részben, csak 21%-uknak nem. A felmérésben résztvevő hallgatók kb. 70%-a legalább hetedik féléves, a többiek ötödik és hatodik félévesek, csak néhányan harmadik vagy negyedik félévesek. A végzős hallgatókra a legjellemzőbb, hogy az egyetem felkeltette az érdeklődésüket a vállalkozások iránt (1. ábra). A kitöltők 68,22%-a válaszolta azt, hogy a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* című tantárgyon kívül is találkozott az oktatásunkban (felsőoktatás) a vállalkozói lét előnyeivel. Fentiek alapján látható, hogy minél közelebb vannak a hallgatók tanulmányaik befejezéséhez, annál inkább gondolnak arra, hogy vállalkozásba kezdjenek.

1. ábra

A kitöltők vállalkozások iránti érdeklődése attól függően, hogy tanulmányuk mely félévében vannak

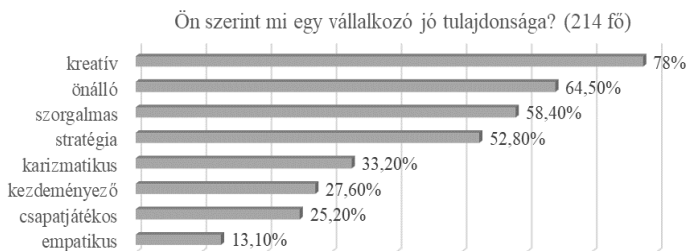


A hallgatók vállalkozói létről alkotott véleménye

A továbbiakban arra keressük a választ, hogy mitől függ még a tanulmányok előrehaladottságán kívül, hogy a vizsgált hallgatók vállalkozásindításra gondolnak. Ennek a megválaszolására feltettük azt a kérdést, hogy szerintük mikor sikeres egy vállalkozó, mit jelent számukra a vállalkozói lét, és milyen tulajdonságra van szükség ahhoz, hogy sikeres legyen a vállalkozó. A kitöltők 27%-a azt válaszolta, hogy a sikerességét abban látják, hogy olyan tőkét lehet felhalmozni, amit munkavállalóként nem; 22%-uk szerint azért jó vállalkozni, mert önmaga osztja be az idejét, és független, a legtöbben (51%) úgy gondolják, hogy azért, mert saját magáért dolgozik, nem másoknak. 24,3% véleménye szerint a vállalkozói siker összekapcsolódik a szürke gazdasággal. A vállalkozók legjobb tulajdonságának azt tartják, ha kreatív, de fontos, hogy önálló és szorgalmas legyen, és kell, hogy legyen stratégiája. Megemlítettek más jó tulajdonságokat is, kisebb arányban (2. ábra).

2. ábra

A vállalkozók fő tulajdonságai a hallgatók szerint (3 legfontosabb megjelölése alapján)



A belső motivációk elemzése

Második kutatási kérdésünk arra vonatkozik, hogy mi a fontos a kitöltők szerint ahhoz, hogy vállalkozásba kezdjenek, és mit jelentene ez a számukra. A válaszhoz a hallgatók motivációit, készségeit,

kockázatvállalási hajlandóságát és rátermettségét térképezzük fel, háttérváltozókra vizsgálva az esetleges különbségeket.

A hallgatóinkra jellemző, hogy terveket készítenek a céljaik elérése érdekében (58,88% és 38,79% néha), és véghez is viszik azokat. Elképzeléseit 71,5%-uk általában meg tudja valósítani, és közülük 59,44% elindítana egy vállalkozást, ha lenne megtakarított pénze és ötlete, 29,37%-uk ebben még bizonytalan. A kitöltők 64%-a érezte már egy ötletére, hogy ebből egy vállalkozást/céget ki lehetne építeni, illetve többször felmerült bennük, hogy egy kiváló ötletet meg is lehetne valósítani. A válaszadók 71%-a gondolt már arra, hogy vállalkozna, 44,71%-a akár rögtön, 50,33%-uk pedig most még nem, de a későbbiekben igen. A kitöltők 50,93%-a kockázatvállalónak tartja magát, és még 41,12%-ukkal előfordult már, hogy a jól látható eredmény reményében szívesen vállalt kockázatot.

A válaszok alapján statisztikailag megvizsgáljuk, hogy melyek azok a tényezők, amelyek leginkább befolyásolják a véleményüket. Akik kockázatvállalók, jellemzően pozitív vállalkozói attitűddel rendelkeznek ($p < 0,001$). Többen gondoltak már arra, hogy vállalkozzanak, akiknek van a családban vállalkozó ($p < 0,001$), akik ismernek a környezetükben vállalkozókat ($p = 0,001$), és akik elképzeléseiket általában meg tudják valósítani ($p = 0,042$), illetve azok a hallgatók is, akik kezdeményező szerepet játszanak a hallgatói csoportjukban ($p = 0,013$). Az ő arányuk mutatja, hogy bátor kezdeményezéseik óvatossággal párosulnak. Arra a kérdésre, hogy a hallgatói csoportban kezdeményező szerepet játszanak-e, vagy szeretik készen kapni a megoldásokat, 45%-uk válaszolta, hogy kezdeményező, 50%-uk úgy érzi, hogy nem kezdeményező, de ötleteit sikerül megvalósítani, és csak 5%-uk szereti, ha készen kapja a megoldásokat. A válaszadó hallgatók 89,25%-a tudatosan fejlesztené a vállalkozási készségeit tanulmányai után is, ha lenne rá lehetősége. Ez alapján az is látszik, hogy kialakult a „lifelong learning” szemléletük.

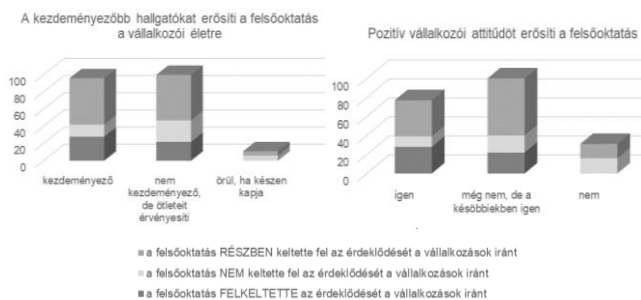
A külső tényezők, a felsőoktatás hatása a vállalkozási motivációra

A kitöltők 66,82%-ának a családjában van vállalkozó, és 93,92%-uk ismer vállalkozót a környezetében. Ha van egy jó ötlete, 13,8%-uk elegendőnek tartja az oktatást ahhoz, hogy elinduljon egy vállalkozás megvalósításában, 48,6%-uk részben gondolja így és 38,32%-uk nem. A kitöltők 68%-a találkozott a vállalkozói lét előnyeivel a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* című tantárgyon kívül is az oktatásunkban (felsőoktatás), 23%-uk nem.

A harmadik kutatási kérdésre keresve a választ, miszerint ösztönzik-e hallgatóinkat az egyetemen tanultak a vállalkozói létre, és elegendőnek tartják-e a megszerzett ismereteket hozzá, érdekes válaszokat kaptunk. Magabiztos hozzáállást mutat, hogy akik az oktatást nem tartják elegendőnek ahhoz, hogy elinduljanak egy vállalkozás megvalósításában, nem lennének rögtön vezetők, de tapasztalat után már igen (arányuk 65%, rögtön vezető pedig 17% lenne); és akik jónak tartják az oktatást, egyáltalán nem beosztottak szeretnének lenni ($p=0,001$). A 3. ábrán látható, hogy a felsőoktatásban hallottak erősítik a vállalkozási hajlandóságát a kezdeményezőbb hallgatóknak ($p=0,014$, balra) és azoknak, akik alkalmasnak tartják magukat vállalkozni ($p<0,001$, jobbra).

3. ábra

A kezdeményezőbb hallgatókat (balra) és a pozitív vállalkozói attitűddel rendelkezőket (jobbra) jobban segíti a felsőoktatás a vállalkozói életre



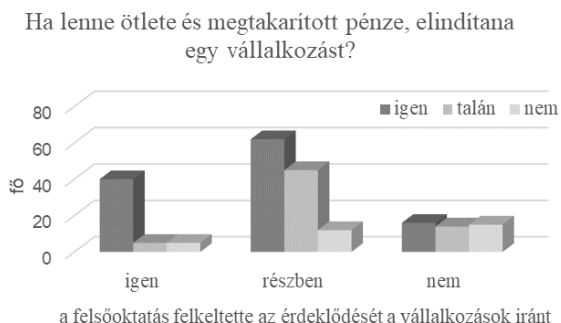
Többen gondoltak már arra, hogy vállalkozzanak, akinek felkeltette erre az érdeklődését a felsőoktatás ($p < 0,001$). Azok is vállalkoznának, akik érezték már egy ötletükre, hogy ebből egy vállalkozást/céget ki lehetne építeni ($p < 0,001$). Aki jónak tartja az oktatást, a vállalkozásban nem lát rizikót ($p < 0,001$).

A felmérésben szereplő néhány további kérdés mélyebb magyarázatot szolgáltat a válaszok megértéséhez. A kérdőív válaszadói közül majdnem mindenki ismer a környezetében vállalkozókat, kb. a kétharmaduknak a családjában is van, és több mint 70%-uk gondolt már arra, hogy vállalkozásba kezdjen. 35,98% alkalmasnak is tartja magát rá, 49,53% pedig úgy gondolja, hogy a későbbiekben alkalmas lesz rá, csupán 14,49%-uk nem rendelkezik pozitív vállalkozói attitűddel, és 21%-nak a felsőoktatás sem keltette fel a vállalkozások iránti érdeklődését.

A kitöltők 13,08%-a érzi úgy és 48,6%-uk részben úgy, hogy ha van egy jó ötlete, az oktatást elegendőnek tartja ahhoz, hogy elinduljon egy vállalkozás megvalósításában. Azoknak a hallgatónak, akiknek a felsőoktatás legalább részben felkeltette az érdeklődését a vállalkozások iránt, csak 10,06%-a nem indítana vállalkozást (4. ábra), ha lenne ötlete és megtakarított pénze ($p < 0,001$).

4. ábra

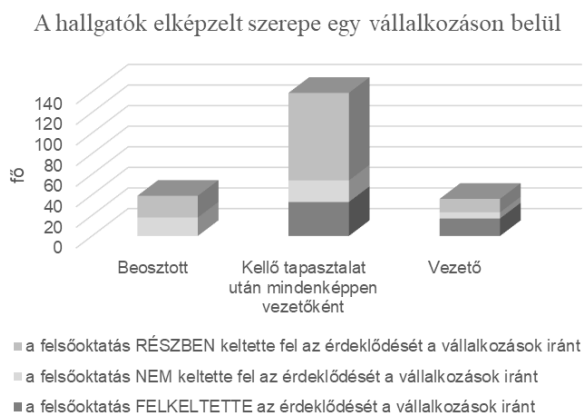
A felsőoktatás szerepe a vállalkozási motivációban



Érdekes, hogy a megkérdezettek több mint 40%-a tartja magát kockázatt vállalónak, aki a lehetőséget látja inkább a vállalkozásokban. Attól függően, hogy mennyire keltette fel a hallgatók érdeklődését a vállalkozások iránt a felsőoktatás, más szerepet képzelnek el maguknak azon belül: beosztott, vezető vagy kellő tapasztalat után vezető. Akinek felkeltette az érdeklődését, senki sem képzei magát beosztottnak (5. ábra), és mindenki közül is csak összesen 18,22%.

5. ábra

Vállalkozáson belül beosztottként és vezetőként elképzelt szerep

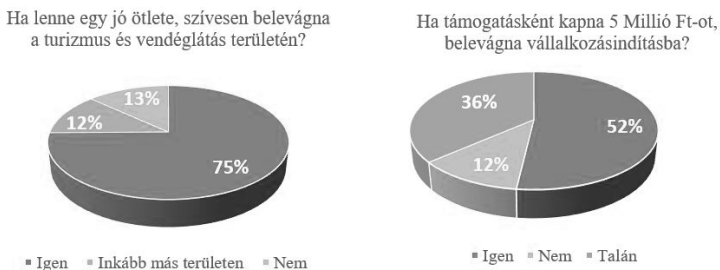


Másik befolyásoló tényező, hogy akiknek a családjában van vállalkozó, inkább vezetőnek képzelik el magukat egy vállalkozásban ($p=0,018$). Aki csak a környezetében ismer vállalkozókat, rájuk ez nem jellemző ($p=0,478$). Többségük fontosabbnak tartja egy turizmus-vendéglátás vállalkozás indításához a jó ötletet, mint az induló tőkét (6. ábra). A *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* tantárgy keretében a hallgatók kis csoportokban kidolgozzák és bemutatják ötletüket, majd megvitatják egymással az órán. A hallgatók egymás ötleteit is értékelik, így közös gondolkodásban is aktívan részt vesznek. A szektor aktuális

kérdéseiről és problémáiról egy-egy konkrét témában a hallgatói kis csoportok előre felkészülnek, hogy a tényeket, adatokat, összefüggéseket új szempontok szerint értelmezzék. A felkészülés során utánanéznek a lehetséges sikertényezőknél, várható kockázatoknak. A vita során a csoportok közösen átgondolják az előnyöket és hátrányokat, azonosítják és felismerik, hogy milyen erősségek és milyen gyengeségek vannak, és emellett a jövőben milyen lehetőségek és veszélyek adódhatnak. Ezáltal tudatosan a hallgatókban, hogy a céljaik elérése érdekében terveket is kell készíteniük. A megkérdezett hallgatók 59%-a válaszolta azt, hogy készít terveket a céljai megvalósítása érdekében és véghez is viszi azokat, 39%-uk pedig azt, hogy néha. Csupán 2%-a a hallgatóknak az, aki nem szokott tervezni és a tervét megvalósítani.

6. ábra

Vállalkozásindítási hajlandóság meglévő ötlet (balra) és induló anyagi támogatás (jobbra) esetén



Összegzés

A turizmus piaca nagyrészt mikro-, kis- és középvállalkozásokból, KKV-kból áll. KKV-k képviselik az ágazat vállalatainak 99,9%-át (Gonda, 2022), rendkívül sokszínű, számos különböző típusú vállalkozásnak ad otthont. Ez a szektor különösen kedvez a kisebb léptékű vállalkozásoknak, mivel a turizmus igényei gyakran helyi jellegűek, nagy rugalmasságot

igényelnek, amit a KKV-k könnyebben biztosítanak. Ennek is szerepe van abban, hogy válaszadó hallgatóink közül majdnem mindenki ismer a környezetében vállalkozót, kb. a kétharmaduknak a családjában is van vállalkozó. A turizmus-vendéglátás oktatás gyakorlati orientációja is jelentősen hozzájárul ahhoz, hogy hallgatóink folyamatos kapcsolatban lehetnek turizmus piacunk sikeres vállalkozóival, akár az órákon, akár rendezvényeinken vagy szakmai gyakorlatuk során. Míg a Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés alapján (Csákné Filep et al., 2024) 30% alatt van azok aránya Magyarországon, akik kedvező vállalkozásalapítási lehetőséget látnak a közeljövőben, vizsgált hallgatóink 71%-a gondolt már arra, hogy vállalkozna, 44,71%-a akár rögtön, 50,33%-a pedig a későbbiekben.

A Nemzeti Jelentés alapján minimális mértékben nőtt azok aránya, akik saját bevallásuk szerint rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel, illetve tapasztalattal (Csákné Filep et al., 2024). A 18–64 év közöttiek 10,4%-a tervez a következő három évben vállalkozást indítani. Ezzel szemben kutatásunkban csak 10,06% azoknak a hallgatóknak az aránya, akiknek a felsőoktatás bár legalább részben felkeltette az érdeklődését a vállalkozások iránt, de nem indítana vállalkozást, ha lenne ötlete és megtakarított pénze.

Az eredmények azt mutatják, hogy a turizmus-vendéglátás szakos hallgatóink gondolkodása a vállalkozások világáról összetett, nagymértékben függ az oktatástól, a társadalmi-gazdasági környezettől, kevésbé a rendelkezésre álló erőforrásoktól. Rendkívül pozitív, hogy a hallgatók majdnem kétharmada gondolt már arra, hogy vállalkozásba kezdjen, a „saját magamért dolgoznék” gondolat egyre inkább jellemző a mai fiatalok körében, akik vonzóknak találják a vállalkozói lét függetlenségét és autonómiáját. Míg a szakirodalom (Berde & Remsei, 2023) a hazai felmérés alapján a megélhetés biztosítását jelöli meg a legfontosabb vállalkozói motivációként, hallgatóinknál erőteljes motivációs tényező az

önmegvalósítási vágy és a kreativitás is. Mindez azzal magyarázható, hogy hallgatónk kezdeményező, nyitott a vállalkozói létre, és kockázatot is több, mint a megkérdozettek fele vállalna (51%). A kezdeményezőképeség fejlesztése kiemelt feladatunk kell legyen, hozzájárulhat ahhoz, hogy a hallgatók proaktívak legyenek, új ötleteket dolgozzanak ki, és hatékonyan reagáljanak a különböző változásokra, a napjainkat jellemző kihívásokra. Az egyetemi hallgatóvá válás folyamata során is a kezdeményezőképeség játszik kiemelt szerepet, különösen azok számára, akik tanulmányaik után vagy esetleg már közben vállalkozói pályára készülnek.

Az egyetemeken folyó vállalkozói oktatás fontos, mert ezáltal ösztönözzük a fiatalokat a vállalkozásra. Innovatív ötleteik révén növelik a gazdaság dinamizmusát, segítenek a gazdaság modernizálásában, a versenyképesség növelésében, jelentősen hozzájárulnak a helyi közösségek fejlődéséhez. Ez hosszú távon fenntartható gazdasági növekedéshez vezet. Kutatásunkat tovább folytatjuk, eredményeit a *KKV-k a turizmusban és vendéglátásban* tantárgy fejlesztésébe beépítjük.

Irodalom

- Başaran, K. (2016). *Experiential learning in Tourism Education in the North Cyprus* [Doktori értekezés]. Tampere University Press. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/98918>
- Berde, É., & Remsei, S. (2023). Tanulás melletti munkavégzés a győri Széchenyi István Egyetem hallgatói körében. *Statisztikai Szemle*, 101(10), 915–932. <https://doi.org/10.20311/stat2023.10.hu0915>
- Čavlek, N. (2015). Experiential learning in tourism education. *Tourism Education: Global Issues and Trends*, 21, 101–113. <https://doi.org/10.1108/S1571-504320150000021005>
- Csákné Filep, J., Szennay, Á., & Timár, G. (2024). *Lehetőségek, motiváció, környezet: Vállalkozói működés Magyarországon: Global Entrepreneurship Monitor nemzetközi jelentés: Magyarország 2023–2024*. Budapesti Gazdasági Egyetem. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-81-2>
- Galasi, P., Timár J., & Varga J. (2006). Pályakezdő diplomások a munkaerőpiacon. In P. Galasi, J. Timár & J. Varga (Szerk.), *Oktatás és munkaerőpiaci érvényesülés: Munkatudományi kutatások* (pp. 73–90). Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Emberi Erőforrások Tanszék. <https://mek.oszk.hu/01500/01543/01543.pdf>

- Gonda, T. (2022). *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljesség a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://mersz.hu/gonda-alternativ-turizmus//>
- Jenkins, C. L. (2020). Talent development and education in Tourism in the United Kingdom. In S. Wang, *2020 report on international Tourism education* (pp. 50–63). World Tourism Alliance. <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2021/06/2020-Report-on-International-Tourism-Education.pdf>
- Józsa, K., & Fejes, J. B. (2010). A szociális környezet szerepe a tanulási motiváció alakulásában: A család, az iskola és a kultúra hatása. In A. Zsolnai & L. Kasik (Szerk.), *A szociális kompetencia fejlesztésének elméleti és gyakorlati alapjai* (pp. 134–162). Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Kiss, Á. G. (2015). Tanulási motivációk vizsgálata a Szent István Egyetem hallgatóinak körében. *Studia Mundi – Economica*, 2(3), 127–137. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2015.02.03.127-137>
- KSH. (2024). *A vállalkozások teljesítménymutatói kis- és középvállalkozási kategória szerint*. https://www.ksh.hu/stadat_files/gsz/hu/gsz0018.html
- Petőné Csuka, I. (2014). A minőségi felsőoktatás kérdése a felsőoktatás és a munkaerőpiac illeszkedésén keresztül. In I. Z. Nagy (Szerk.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században (IV. tanulmánykötet)* (pp. 311–325).
- Reisz T., Kleisz T., & Kocsis M. (2008). Motiváció. In A. Benedek (Szerk.), *A felnőttképzés rendszere: HEFOP 3.5.1 „Korszerű felnőttképzési módszerek kidolgozása és alkalmazása”* (pp. 245–295). Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet.
- Réthy, E. (2001). Motivációs elképzelések. In E. Golnhofer & I. Nahalka (Szerk.), *A pedagógusok pedagógiája* (pp. 177–201). Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Szabó, Cs. K., Sütő, D., Erdélyi, É., & Németh, Sz. (2020). Students organisations could help interest, achievements and success of its members. In *Proceedings of the 24th International Scientific Conference Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*. University of Novi Sad. https://doi.org/10.46541/978-86-7233-380-0_53
- Timár, B. (Szerk.). (2017). *Elemzés: Diplomás pályakövető rendszer működése*. Állami Számvevőszék. https://www.asz.hu/dokumentumok/dpr_elemzes.pdf
- Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Briere, N. M., Senecal, C., & Vallieres, E. F. (1992). The academic motivation scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 52(4), 1003–1017. <https://doi.org/10.1177/0013164492052004025>

Helyes hivatkozás (APA)

Szalók, Cs., & Erdélyi, É. (2025). Turizmus-vendéglátás szakos hallgatók attitűdje és gondolkodása a vállalkozások világáról: Születni kell rá, vagy tanulni is lehet? In I. Fekete & E. Takács (Szerk.), *Pedagógiai perspektívák: Új megközelítések és tradicionális értékek a pedagógiában: Ünnepi tanulmánykötet Farkas Julianna tiszteletére* (pp. 135–153). Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem. https://doi.org/10.29180/978-615-6886-08-8_7