

OTDK-dolgozat

2025

Somogyi Kitti

**SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

**AZ EGYETEMI SZAKVÁLTOZTATÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK
VIZSGÁLATA AZ SZTE GTK-N**

**FACTORS INFLUENCING UNIVERSITY STUDY PROGRAM
SWITCHING BEHAVIOUR AT THE UNIVERSITY OF SZEGED,
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION**

Dr. Kéri Anita

Kézirat lezárásának dátuma: Szeged, 2024. október 30.

„A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM EGYETEMI KUTATÓI ÖSZTÖNDÍJ
PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL
FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	6
2. Felsőoktatás és marketing kapcsolata	8
2.1. Felsőoktatás Magyarországon	8
2.2. Változások a felsőoktatásban	9
2.3. Gazdasági alapszakok helyzete	10
2.4. A felsőoktatási marketing helye a nonbusiness marketingben	11
3. Motiváció	16
3.1. Motiváció fogalma és típusai	16
3.2. Továbbtanulási motiváció	17
3.3. Tanulási motiváció	18
4. Elégedettség	21
4.1 Elégedettség meghatározása	21
4.2. Elvárások és tapasztalatok összehasonlítása a felsőoktatásban	22
4.3. A szakváltóztatást befolyásoló tényezők	24
4.4. A szakváltóztatás hatása	26
5. Primer kutatás	27
5.1. A kutatások módszertana	28
5.2. Az előfeltevések	30
5.3. A kvalitatív kutatás alanyainak bemutatása	33
5.4. A kvalitatív kutatás eredményeinek bemutatása	34
5.5. Hipotézisek	44
5.6. A kvantitatív kutatás eredményeinek bemutatása	45
6. Fejlesztési javaslatok	61
7. Összegzés	63
Irodalomjegyzék	65
Mellékletek	70

Táblázatjegyzék

1. táblázat: Az előfeltevések elfogadása/elvetése	43
2. táblázat: A hipotézisek elfogadása/elvetése	60

Ábrajegyzék

1. ábra: A gazdaságtudományi alapképzésre felvett hallgatók száma tagozatok és finanszírozás szerint, fő	11
2. ábra: Felvételi döntést befolyásoló tényezők jelentőségének alakulása (2010-2012)	13
3. ábra: Információforrások jelentőségének változása (2010-2012)	14
4. ábra: Az SZTE beiskolázási módszereinek népszerűségének alakulása (2010-2012)	15
5. ábra: A fogyasztó elégedettsége	21
6. ábra: A kvalitatív kutatás alanyai	33
7. ábra: A szakválogató hallgatók 1. szakja	45
8. ábra: Az 1. szak kezdési időpontja, év	45
9. ábra: A hallgatók 1. szakon töltött félévei szakváltás előtt, db	46
10. ábra: A szakválogató hallgatók 2. szakja	46
11. ábra: A szakot váltó hallgatók véleménye az SZTE-s orientációs teszt lehetőség nagyobb mértékű hangsúlyozásáról	47
12. ábra: A szakot váltó hallgatók véleménye az SZTE-s pályatanácsadási lehetőség nagyobb mértékű hangsúlyozásáról	48
13. ábra: Az 1. szakon elvárások és tapasztalatok közti egyezés	48
14. ábra: Információ szerzés lehetőségeinek hasznossága	50
15. ábra: Információ szerzési lehetőségek hangsúlyozása	50
16. ábra: Gyakori kérdések felület létrehozásának hasznossága	51
17. ábra: A szakváltást befolyásoló tényezők	52
18. ábra: A személyes érdeklődés és tananyag eltérésének befolyásoló hatása a szakváltást illetően	53
19. ábra: A hallgatók 1. szakon nyújtott teljesítményükkel való elégedetlenség mértéke	54

20. <i>ábra:</i> A hallgatók 1. szakon nyújtott teljesítményükkel való elégedetlenség átlagos mértéke az egyes szakokon	54
21. <i>ábra:</i> A csúszás befolyása a szakváltásra	55
22. <i>ábra:</i> A követelmények teljesíthetőségének mértéke az SZTE GTK-n	55
23. <i>ábra:</i> Az 1. szak követelményeinek teljesíthetőségének mértéke az egyes szakokon	56
24. <i>ábra:</i> Az 1. szak kiválasztásában befolyásoló személyek	57
25. <i>ábra:</i> Egyes személyek bevonása a szakváltotatás döntésénél	57
26. <i>ábra:</i> A szakváltotatás pozitív hatásai az SZTE GTK-n	59
27. <i>ábra:</i> A szakváltotatás negatív hatásai az SZTE GTK-n	59
28. <i>ábra:</i> A kérdőív felépítése	70

Bevezetés

Témaválasztásom mögött személyes motivációk húzódnak, mivel sok szegedi GTK-s hallgatótársamtól hallottam az elmúlt évek során, hogy gondolkoznak szakváltáson vagy esetleg szakot is váltottak már, amely által elmondható, hogy szinte minden évfolyamban van olyan GTK-s nappalis hallgató, aki szakot váltott, mely megindokolja a témám aktualitását, és fontosságát. A velük való beszélgetés során kiderült, hogy számos tényező befolyásolta őket a döntésük meghozatalában, viszont nem tudtam teljeskörűen akkor megkérdezni róla őket.

A kutatásom céljának ezért az egyetemi szakváltoztatást befolyásoló tényezők felmérését tűztam ki a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán, a szakváltoztatás esetleges pozitív vagy negatív hozadékainak feltárása érdekében.

A kutatásomban vizsgálni kívánt célcsoportnak a GTK-s nappali tagozatos hallgatóikat határoztam meg alapképzésen, akik szakot váltottak GTK-n belül. A vizsgált alanyaim közé nem vettem bele a mesterképzéses hallgatókat, mivel mesterképzésen nem gyakori a szakváltoztatás, illetve a levelezőn tanuló hallgatókat se, mivel jelentősen eltér az egyetemen összegyűjtött tapasztalatuk a nappalisokétól. A FOSZK képzésekkel kapcsolatos tapasztalatok vizsgálatát szintén érdekesnek találnám, viszont a szakdolgozatom terjedelmi korlátjai miatt erre nem lesz lehetőségem kitérni.

Kutatási problémánál elmondható, hogy nincsen egy kimondott, átfogó és folyamatos vizsgálat, ami a hallgatók elégedettségét nézné a magyar nyelvű képzések esetén az SZTE GTK-n.

Kutatási kérdésemnek ebből kifolyólag a következőt fogalmaztam meg: ***„Milyen tényezők befolyásolják az SZTE GTK-s nappali tagozaton tanuló hallgatókat a szakváltoztatásban, s ennek milyen pozitív vagy negatív hozadékai vannak?”***

A kutatásomhoz szükséges adatgyűjtést általam készített mélyinterjúkból és kérdőívből nyert adatokból tervezem megvalósítani.

A szakdolgozatom első fele tartalmazza a szakirodalmi áttekintést, ahol kitérek a felsőoktatásra Magyarországon, illetve a gazdasági alapszakok helyzetére, majd meghatározom, hogy a nonbusinessen belül a felsőoktatási marketing hol helyezkedik el. Szó lesz arról is, hogy a felsőoktatási intézménybe jelentkezőknek milyen tényezők számítanak az intézmény, és szakválasztásnál, illetve arról, hogy honnan informálódnak a jelentkezés előtt. Ezután rátérek a motivációra, s annak típusaira, majd kiegészítem a továbbtanulási motivációval, és a tanulási motivációval, mivel mindkettő befolyásolhatja a hallgató szakváltoztatását. Végül meghatározom az elégedettséget, és összehasonlítom a hallgatók

szakokkal kapcsolatos előzetes elvárásait és a tapasztalatait, mely után zárásként a szakváltoztatást befolyásoló tényezőket és annak hatását tervezem kifejteni.

Ezt követően mutatom be a primer kutatásom alatt alkalmazott adatgyűjtési módszert és az elemzés módszertanát. Továbbá célom a módszertani áttekintés mellett a kutatásom előfeltevéseinek és hipotéziseinek, és azok eredményeinek ismertetése is. Legvégül pedig a megkérdezettjeim fejlesztési ötleteit foglalom össze, majd ezt követően összegzem a kutatásom, s annak eredményeit. Emellett megválaszolom a kutatási kérdésemet és feltárom a lehetséges jövőbeli kutatási irányokat.

2. Felsőoktatás és marketing kapcsolata

A marketing és a felsőoktatás kapcsolatának megértéséhez elengedhetetlennek tartom áttekinteni a magyarországi felsőoktatás jelenlegi helyzetét és az elmúlt évtizedek változásait. Külön figyelmet szeretnék fordítani a gazdasági alapszakok helyzetére, valamint, arra, hogy a nonbusinessen belül a felsőoktatás hol helyezkedik el, milyen sajátosságai vannak az egyetemi oktatásnak szolgáltatás jellegéből adódóan. Itt kitérek arra is, hogy a Hipi-elv, hogy jelenik meg a felsőoktatás területén, illetve arra, hogy az egyetemek, hogyan próbálják meg csökkenteni a szolgáltatás jellegéből adódó bizalmatlanság érzését a felvételiző diákok számára az egyetemi marketing használatával.

2.1. Felsőoktatás Magyarországon

A felsőoktatási intézmények nagy szerepet töltenek be a társadalom fejlődésében, hiszen a tudományok integrálásával hozzájárulnak a tudás létrehozásához, átadásához és hasznosításához. Közvetlen társadalmi-gazdasági hatásuk van a helyi és tágabb közösségek életére, fejlődésére (Piskóti 2014), mivel a felsőoktatás legfőbb célja, hogy növelje az egyéni és a teljes jólétet (Pusztai–Hatos 2012; idézi Kéri–Hetsi 2016), úgy, hogy képzett, diplomás munkaerővel látja el az országot (Kéri–Hetsi 2016). A tudás tehát felértékelődött mostanában, és megfelelő készségek, kompetenciák hiányában nem lehet megszerezni egy piacképes pozíciót. Nehézséget jelent, hogy a hazai felsőoktatás a megváltozott hatásokra, elvárásokra kevésbé, illetve lassan reagál. Azonban fontos kiemelni, hogy az oktatást nem csak az állam, vagy fizetős képzés esetén nem csak a hallgató finanszírozza, hanem rajtuk kívül bizonyos szintig mindenki részévé válik ennek a tudásberuházásnak. Ennek következtében az oktatás egyfajta piaccá válik, ahol a diákok és a szülők képezik a fogyasztókat (Töröcsik 2010).

Célcsoportját tekintve több szegmenst is meg tudunk állapítani. Először is az intézmények legfőbb célja, hogy a képzési programok révén felkészítsék a diákokat egyéni karriercéljaik elérésére. Emellett a felsőoktatás a munkaerőpiac szereplőinek is próbál megfelelni. Ezenfelül persze más szereplők is részt vehetnek a felvételiző diákok döntésének meghozatalában, mint például a szülők, testvérek, barátok (Berki–Révész 2013).

Összegezve az eddigieket a felsőoktatási intézményeknek kulcsszerepük van a társadalom fejlődésében, mivel céljuk, hogy minél több képzett diplomás kerüljön ki intézményükből, ezzel növelve az egyéni és társadalmi jólétet. Számos változás történt a felsőoktatásban, mely által a tudás értéke felértékelődött, így a folyamatos tanulás központi tényezővé vált. A hazai felsőoktatás azonban igaz, hogy lassan alkalmazkodik a megváltozott elvárásokhoz, ami

részben annak is köszönhető, hogy több szegmens igényét szeretné kiszolgálni. A következő alfejezetben szeretnék betekintést nyújtani a felsőoktatásban történt változásokba.

2.2.Változások a felsőoktatásban

Áttérve a felsőoktatási rendszerben bekövetkező változásokra, megállapíthatjuk, hogy számos (hazai-, illetve a nemzetközi, a társadalmi- és a gazdasági) változás, illetve az Európai Unióhoz való csatlakozás is hatással volt az ország oktatási rendszerére (Máté 2018). Az Európai Unióhoz csatlakozással a magyar egyetemek bekapcsolódhattak a hallgatókért folyó nemzetközi versenybe. Nemzetközi szereplők jelentek meg, együttműködve hazai intézményekkel, létrehozva magyarországi képzőhelyeket, vagy csábítva a magyar diákokat külföldre, ezzel növelve a versenyt (Máté 2018).

A 2006-os bolognai rendszer bevezetésével a képzési szinteket tekintve is változás következett be. *„A felsőoktatási intézmény oktatási alaptevékenysége magában foglalja a felsőoktatási szakképzést, alapképzést, mesterképzést, a doktori képzést és a szakirányú továbbképzést”* (Lengyel 2021,10.o.). Az intézményekbe belépők aránya, és a hallgatók intézményekbe való belépésére, előrehaladására és kilépésére vonatkozó szabályok is változtak. Ezen felül megfigyelhető a modernizálás az oktatási anyagok, és az oktatók által használt tanítási módszereknél is (Halász 2001a; idézi Máté 2018). A változások következményeként nem csak a hallgatói létszám növekedett, hanem a kormányzati szabályozások, és a nem végzett hallgatók száma is (Kéri–Hetsi 2016). Továbbá nehézséget okoz az intézményeknek a továbbtanulni vágyók elvárásainak változása (Berki–Révész 2013). Ezen kívül az állam folyamatosan csökkenti a továbbtanulás finanszírozását, redukálva ezzel az állami finanszírozott képzésben résztvevő diákok számát, és átalakítva a finanszírozási rendszert is (Berki–Révész 2013).

Összegezve a magyar felsőoktatási rendszer az EU-csatlakozás és a bolognai rendszer bevezetésével jelentős változásokon ment keresztül, beleértve a képzési szintek átalakulását és a nemzetközi verseny fokozódását. A hallgatói létszám növekedése mellett a kormányzati szabályozások is változtak, ami új kihívások elé állította az intézményeket, különösen a finanszírozás csökkentéséből és a hallgatói elvárások növekedéséből kifolyólag.

2.3. Gazdasági alapszakok helyzete

Kutatási témám miatt ebben a fejezetben szeretnék kitérni a felsőoktatáson belül a gazdasági alapszakok helyzetére. A rendszerváltás után a nappali és részidős oktatásban, valamint a szakirányú tovább- és átképzésekben megfigyelhető a felsőoktatási expanzió, amelyet a piacgazdaság munkaerőpiaci igényei generáltak. A közgazdaságtani és üzleti ismeretek modernizálódtak, és egyre több gazdaságtudományi képzés szerveződött, melyből kifolyólag robbanásszerűen nőtt a kereslet a gazdaságtudományi képzések iránt (Lengyel 2021).

Magyarországon jelenleg a hallgatók negyede közgazdasági szakra jár. Illetve az egyik legkiterjedtebbnek is számít, hiszen közgazdasági alapképzést jelenleg 29 intézmény folytat 31 városban (Lengyel 2021).

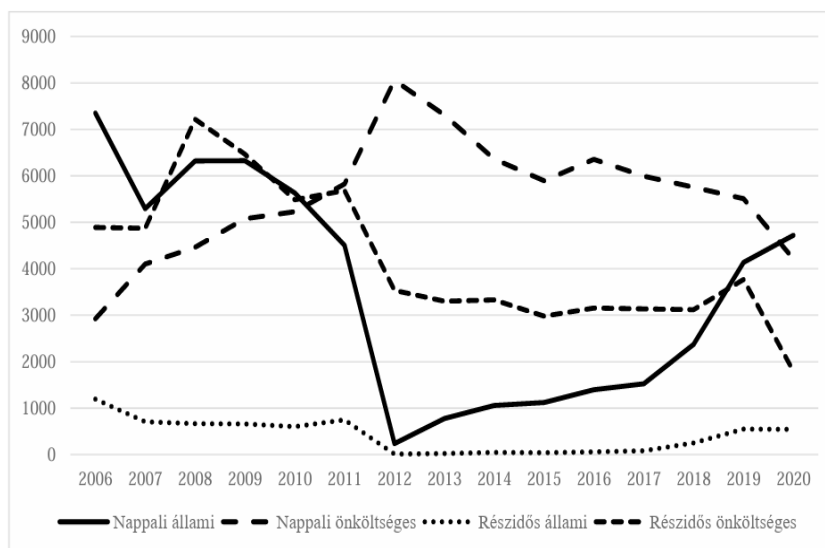
Lengyel (2021) szerint az alapszakos tantervek bevezető ismereteket nyújtanak és gyakorlatias feladatok megoldására is tanítják a hallgatókat. A tömegesedő képzésben más típusú oktatásra lenne szükség, ahol kisebb szemináriumok, gyakori konzultációk és személyre szabott mentorálás van. Kiemeli, hogy tudós oktatók helyett pedagógiai felkészültséggel bíró közgazdász tanárok és szakemberek kellenének (Lengyel 2021). Sebestyén is megerősíti azt, hogy úgy oktassanak a tanárok, hogy a hallgatók már a képzés legelejétől érezzék azt, hogy tanulmányaiknak van értelme és haszna (Rosta 2022).

Szegeden egy erősen elméleti megalapozású képzés működött, ahol a közgazdasági és az üzleti képzés a Bologna-rendszerrel vált szét, ekkor jöttek létre a specializált üzleti szakok. Ugyanakkor míg az alapképzés üzleti jellegűvé vált, addig a mester- és a doktori képzések inkább a közgazdasági területen voltak jelen (Rosta 2022).

A hallgatói létszám bővülésekor az állami ösztöndíjas helyekre felvett hallgatók után az egyetemek csak a működési támogatást kapják. Az intézmények a költségeik csökkentésére kényszerültek, háttérbe szorítva a szaknyelvi oktatást, a kiscsoportos szemináriumokat, a tehetséggondozást (Lengyel 2021).

Negatívum, hogy a felvételi pontszámok emelése, és az államilag finanszírozott helyek számának csökkentése következtében csökkent a hallgatói jelentkezések száma (Rosta 2022). „A hazai felsőoktatás mindvégig alulfinanszírozott volt (Lengyel 2021, 41.o.) (1. ábra). „Az önköltséges képzésre felvett hallgatók aránya igen magas volt, 2012-ben 98%, de még 2018-ban is 77% (nappali tagozaton 71%), csak 2020-ban csökkent le 53%-ra (nappalin 47% ra)” (Lengyel 2021, 36.o.).

1.ábra: A gazdaságtudományi alapképzésre felvett hallgatók száma tagozatok és finanszírozás szerint, fő



Forrás: Lengyel (2021, 15.o.).

Összefoglalva, a gazdasági alapszakok helyzete a rendszerváltás óta folyamatosan fejlődik, mivel egyre több hazai intézmény indít közgazdaságtani képzést, és a tananyag is modernizálódott. Ennek következtében a közgazdasági képzési terület népszerűsége megnőtt. Lengyel (2021) szerint azonban más típusú oktatást kellene bevezetni, kisebb létszámú szemináriumokkal és személyre szabott mentorálással, de a szűkös források ezt nehezítik. Fontos, hogy a tanítási módszerekre is hangsúlyt fektessünk azért, hogy a hallgatók érezzék tanulmányaik hasznát (Rosta 2022), mivel ennek hiánya csökkentheti a motivációjukat. Tovább nehezíti a helyzetet az állami finanszírozott helyek csökkentése és a felvételi pontszámok emelkedése, ami a jelentkezések számának csökkenéséhez vezet.

2.4. A felsőoktatási marketing helye a nonbusiness marketingben

Fontosnak tartom meghatározni, hogy mi is az a nonbusiness szervezet, mivel a nonbusinessen belül helyezkedik el a felsőoktatás, mint szolgáltatás. A nonbusiness szervezetek általában szolgáltató szervezetek, amik nem nyereséget akarnak termelni, hanem egyéb célokat elérni. Vannak kivételek, melyek nem csak támogatásokból tartják fenn magukat, hanem kénytelenek nyereséget is termelni pl. az egészségügyi ellátás, az oktatás, közüzemi szolgáltatások. Az élesedő verseny miatt a piacorientált szemlélet és a marketing egyre fontosabbá válik számukra. Még az államilag támogatott szervezeteknek is be kell bizonyítaniuk társadalmi hasznosságukat és megfelelniük a vevői elvárásoknak (Veres 2017).

„A szolgáltatásmarketing különösen jelentős, hiszen a legtöbb nonbusiness tevékenység valamilyen nem tárgyasult problémamegoldás, azaz szolgáltatás” (Hetesi–Veres 2016)¹. Ruston és Carson (1985) szerint a szolgáltatások olyan gazdasági tevékenységek, melyeket az egyik fél a másiknak nyújt (Simon–Veres 2010), ahol „a szolgáltatás felhasználói elsősorban a munkaerőpiacon hasznosítható eredményeket várnak el befektetésükért (tandíjukért, idejükért) cserébe” (Konczosné-Szombathelyi 2005, 298.o.).

A szolgáltatásoknak legfőbb sajátosságait a HIPI-elv fogalmazza meg. A HIPI egy angol mozaikszó, azaz a Heterogeneity (egyediség), Intangibility (megfoghatatlanság), Perishability (romlékonyság), valamint Inseparability (elválaszthatatlanság) szóból áll. A szolgáltatások elválaszthatatlanok, azaz termelés és az elfogyasztása időben egybeesik egymással. Ebből kifolyólag a fogyasztó nagy befolyással lehet a szolgáltatás termelésére, minőségére (Veres 2021)². A második jellemző a megfoghatatlanság. Nem tárgyasultak, s emiatt a fogyasztó nem tudja kipróbálni a szolgáltatást, annak igénybevétele nélkül (Kopcsay 2016). A bizonytalanságérzetet az intézmény minél szélesebb körű bemutatásával, és a személyes kapcsolattal tudja minimalizálni (Dinya et al. 2004). Ebből kifolyólag a felvételizők nagyrészt az intézmény kommunikációjából, a képzésekről szóló hírekből és az ismerősöktől tudják az intézmény minőségét felmérni. A harmadik jellemzője, hogy nem tárolhatók, emiatt a kereslet ingadozását nem lehet ellensúlyozni (Kopcsay 2016). A negyedik az egyediség, vagyis még azonos helyen és időben sem lehet teljesen ugyanolyan, mivel számos tényező, mint a szolgáltatást végző személy, a helyszín és az időpont befolyásolja (Papp 2017)³.

„Az egyetem piaca az ún. oktatási piac, a tudásátadás piaca, ahol a hallgatókért, mint leendő tudás-fogyasztókért, felhasználókért, vevőkért folyik a verseny” (Piskóti 2014, 176. o.). A kiélezett verseny miatt kifejezetten fontos, hogy az egyetemek hogyan használják a marketinget, hogyan alkotnak stratégiát, amit az egyetemi marketing fog össze. „Az egyetemi-marketing az intézmények piacaira irányuló tervezett, stratégiai és taktikai-imázs-orientált - tevékenysége, melynek keretében az erőforrásai, kompetenciái hasznosításával a tudás-intenzív termékeit, szolgáltatásait oly módon értékesíti, hogy célcsoportjai, „vevői” elégedettségét tartósan elérje, s ezzel az intézmény hosszú és rövid távú gazdasági és társadalmi céljai elérését támogassa” (Piskóti 2014, 178.o.).

Az egyetemi marketingen belül beszélhetünk beszerzési marketingről, amely a hallgatót helyezi a középpontba, mint az oktatási szolgáltatás vevőjét. Az intézményeknek ezért kiemelt

¹ <https://mersz.hu/hetesi-veres-nonbusiness-marketing/>

² <https://mersz.hu/kiadvany/823/info/>

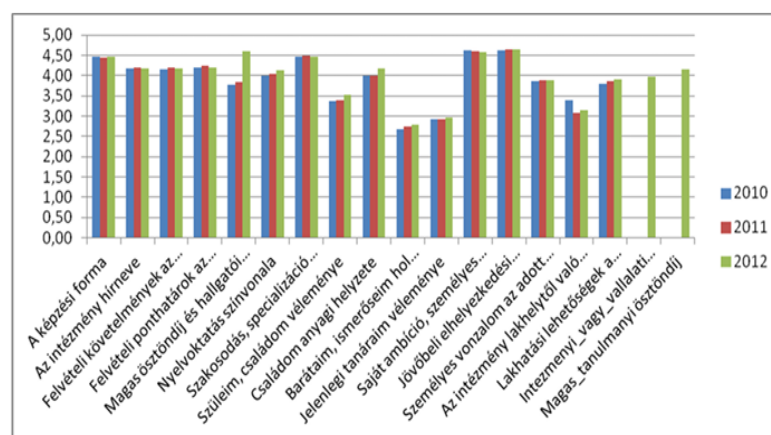
³ <https://mersz.hu/kiadvany/249/info/>

figyelmet kell fordítaniuk a hallgatók megcélzására, az intézmény pozitív megítélésének kialakítására, vonzerejének növelésére, amely a jelentkezők számában is megmutatkozik (Berki–Révész 2013).

Azonban hozzá kell tenni, hogy a döntéshozó szerepet a leendő hallgató gyakran kénytelen átengedni pl. szülőknek a finanszírozás miatt. Viszont rajtuk kívül még befolyásoló szereppel bírnak a család, középiskolai tanár stb. (Piskóti 2014).

Az oktatás tömegesedése miatt létrejövő versenyhelyzet kényszeríti az intézményeket, hogy minél jobban „hallgató centrikusak” legyenek. Az egyik fontos feltétele az, hogy megismerjék a hallgatók véleményét, azért, hogy képet kapjanak a hallgatók elégedettségéről (Reketttye–Szűcs 2002), amelyre a későbbiek során bővebben is kitérek. Fontos felmérniük, hogy a felsőoktatási rendszerbe jelentkező diákokat milyen tényezők befolyásolják, illetve honnan gyűjtik be a szükséges információkat a kiválasztott intézményekkel, karokkal és képzési formákkal kapcsolatban (Berki–Révész 2013). Berki és Révész (2013) tanulmányában azt kutatta, hogy mik azok a tényezők, amik az egyetemre jelentkezők döntésében nagy szerepet játszik (2. ábra).

2. ábra: Felvételi döntést befolyásoló tényezők jelentőségének alakulása (2010-2012)



Forrás: Berki–Révész (2013, 541.o.).

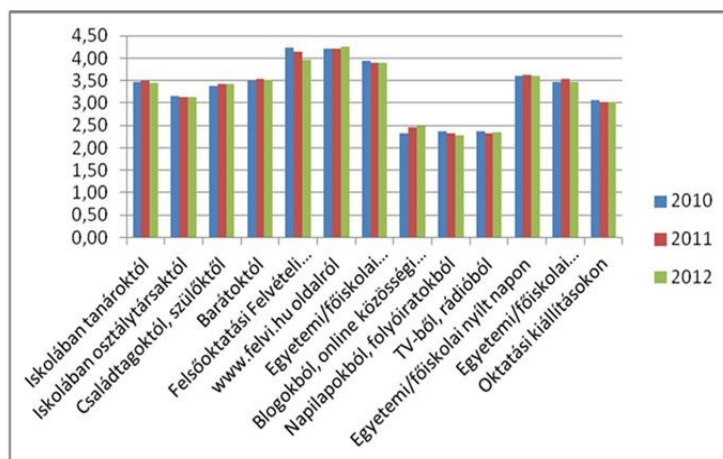
Az eredményeiket tekintve kiemelkedett a jövőbeni elhelyezkedési lehetősége, melyet követ a saját ambíció mértéke, valamint az elérhető képzési formák. Azonban az elmúlt években jelentős mértékben felértékelődtek a magas ösztöndíjak és hallgatói juttatások is (Berki–Révész 2013). Számít az oktatási intézmény települése, a képzés helyének a diák lakóhelyétől való távolsága, és a régió munkaerőpiaci lehetőségei is (Kuráth–Sipos 2019). Fontos a finanszírozás is, mivel többnyire a felvételizők nem rendelkeznek saját jövedelemmel, emiatt ki vannak téve a család által nyújtott pénzügyi háttérnek, melyből kifolyólag beleszólhatnak a gyerekeik döntésébe, hogy milyen szakon tanuljanak tovább (Berki–Révész 2013).

Az egyetem marketingstratégiánál a legfontosabb megvizsgálni jelentkezés előtt honnan szereznek információt az egyetemről (Rekettye–Szűcs 2002). Kifejezetten érdemes kutatni, mivel ezáltal az egyetem a jövőben pontosabban tud célozni, valamint hatékonyabb kommunikálni. Nemcsak abban segít, hogy megtudjuk, hogy a felvételizők az eszközöket milyen arányban választják az informálódási folyamat egyes szakaszai során.

Ennek ellenére a fiatalok (17-18 éves korosztály) kiismerése soha nem volt könnyű, mivel az értékrendjük folyamatosan alakul (Töröcsik 2010; idézi Berki–Révész 2013). „A mai fiatalok az interneten felnövő, annak a képi és nyelvi világát ismerő generáció tagjai” (Berki–Révész 2013, 537.o.). „A korcsoportra a „rövid figyelem” jellemző, ezért rövid, letisztult, egyszerűen megfogalmazott kommunikációra van szükség” (Berki–Révész 2013, 537.o.).

A fiatalok nagyrészt online eszközöket használnak pl. közösségi média, de emellett a személyesen szerzett információk (például nyílt napok, kiállítások során) is hangsúlyosak a felvételi döntéskor (Berki–Révész 2013). Berki és Révész (2013) tanulmányában is kitér arra, hogy mik a fő információforrások a felvételiző diákoknál (3. ábra).

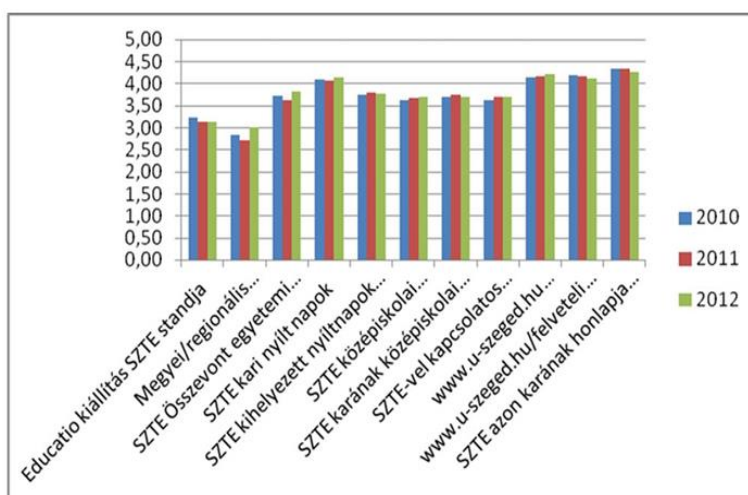
3. ábra: Információforrások jelentőségének változása (2010-2012)



Forrás: Berki–Révész (2013, 539.o.).

Az első információs forrásnak a felvi.hu oldala tekinthető, mely után az egyetemek/főiskolák honlapjai következnek. Majd ezután jönnek az egyetemi nyílt napok, előadások, oktatási kiállítások, ahol személyesen tehetnek fel kérdéseket és érdeklődhetnek, viszont az előadásokra a földrajzi távolság miatt nem minden diák tud elmenni. A személyes információ faktor is megjelenik, mely az osztálytársaktól, tanároktól, családtól és ered. Végül pedig megjelennek a tömegmédiák, úgy, mint rádió, online médiumok, valamint a blogok és egyéb közösségi oldalak. Megfigyelhető azonban az Educatio felsőoktatási kiállítás csökkenő népszerűsége (Berki–Révész 2013) (4. ábra).

4. ábra: Az SZTE beiskolázási módszereinek népszerűségének alakulása (2010-2012)



Forrás: Berki–Révész (2013, 540.o.).

Összefoglalva a felsőoktatásra a szolgáltatás jellege miatt érvényes a HIPI-elv, melyből csak a megfoghatatlanságot szeretném kiemelni, mivel az kapcsolódik legjobban a kutatott témámhoz. A legnagyobb nehézség, hogy az egyetemi oktatást nem lehet kipróbálni a szolgáltatás igénybevétele előtt (Kopcsay 2016). Az egyetemi oktatást nem lehet kipróbálni a szolgáltatás igénybevétele előtt, így fontos megérteni, hogyan tájékozódnak a diákok és milyen tényezők befolyásolják döntéseiket (Kopcsay 2016; Berki–Révész 2013). Kutatások eredménye kimutatta, hogy a hallgatók főként az intézmény kommunikációjára és ismerőseik véleményére támaszkodnak, miközben az online eszközök, mint a közösségi média, jelentős szerepet játszanak. A személyes találkozások, például nyílt napok, továbbra is fontosak, ezért az egyetemnek célszerű könnyen érthető információkat közvetítenie (Berki–Révész 2013).

A szakváloztatás szempontjából lényegesen fontos az intézmény kommunikációját is vizsgálni, mivel sokban függ a diákok szakválasztása és későbbi szakváloztatása attól, hogy milyen mértékű tájékoztatásban részesültek az adott szakokról. Ezenkívül segít feltérképezni azokat a területeket is, amelyek esetleg nem kaptak elegendő figyelmet a toborzási folyamat során.

3. Motiváció

Az előző fejezetek segítettek képet kapni arról, hogy milyen tényezők miatt egyedi szolgáltatás az oktatás, illetve hogyan jelenik meg a marketing a felsőoktatási intézmények esetében, illetve milyen eszközök használatával. Ezenfelül hangsúlyt kell helyezni a felvett hallgatók megtartására is, és felmérni az őket motiváló tényezőket. A következő fejezetekben mutatom be a motivációt, s annak a típusait, a továbbtanulási motivációt, illetve a tanulási motivációt. Véleményem szerint fontos mindkettőre kitérni, mivel hatással vannak a szakválogatásra.

3.1. A motiváció fogalma és típusai

A motiváció *„olyan késztetés, amely arra serkenti az egyént, hogy egy feladatot, tevékenységet elvégezzen”* (Ginis 2007; idézi Bekéné-Zelencz 2012, 141.o.).

A motiváció mellett fontos még megemlítenem a motívumok körét, melyek személyiség-összevetők (Nagy 2000; idézi Fejes 2015), ahol egy személy állapota: külső motiváció, belső motiváció és amotiváció, azaz motiváció-mentesség által határozható meg (Ryan–Deci 2000).

A belső (intrinzik) tényezők fenntartják az egyén érdeklődését, kreativitását, tartós erőfeszítést a cél elérése érdekében (Deci et al. 2017; idézi Ryan–Deci 2000). Elősegítik az újdonságok, kihívások keresését, a képességek bővítését, és a tanulást (Ryan–Deci 2000). A belső motivációt növelhetik a cselekvés közbeni jutalmazások, visszajelzések, illetve az optimális megpróbáltatások. Kimutatták azonban, hogy negatív hatással vannak az intrinzik motivációra a fenyegetések, az utasítások, az erőltetett célok (Deci–Ryan 1985; idézi Ryan–Deci 2000).

A második típus az extrinzik motiváció, mely az előbb említettnek az ellentettje, ugyanis itt az egyén valamilyen eredmény megszerzése miatt cselekszik (Ryan–Deci 2000). Külsőleg motivált a hallgató, ha kontroll alatt áll, vagy a karrier szempontjából elfogadja a feladatainak elvégzésének kötelességét (Ryan–Deci 2000). Külső motiváció akkor van, mikor a cselekvés végrehajtásával a büntudatot szeretnék elkerülni vagy esetleg büszkeséget átélni azzal. Végül pedig, az integrált szabályozás, ahol valamilyen külső eredmény megszerzéséért cselekszik az adott személy, ezzel elfogadva a rá vonatkozó szabályokat (Ryan–Deci 2000).

Azonban ne feledjük el, hogy beszélhetünk amotivációról is, amikor nincs meg a cselekvés elvégzése iránti akarat (Ryan–Deci 2000).

Összefoglalásul a motiváció egy belső mozgatóerő, amely cselekvésre ösztönöz, és befolyásolja a teljesítményt. Ryan és Deci (2000) három ösztönös szükségletet állapítottak meg:

kompetenciát, autonómiát és rokonságot. Ryan és Deci (2000) szerint a motiváció lehet belső indíttatású, külső indíttatású, illetve létezik ezenfelül amotiváció is. Kimutatható, hogy a hallgatók motivációja vagy annak hiánya befolyással van a teljesítményre, mely kihatással lehet a szakváltóztatásukra.

3.2. Továbbtanulási motiváció

A mai fiatalok számára fontos a tanulás és a tudás elsajátítása, hiszen az előrejutásukat, önbecsülésüket szolgálja. A fiatalok továbbtanulási motivációja eltérő, emiatt különböző módon kell bemutatni a csoportoknak a felsőoktatási kínálatot, és megtervezni a hozzá kapcsolódó szolgáltatásokat (Töröcsik 2010). Houle (1961) három fő motivátort azonosított be: a tanulási orientációt, a célorientációt, illetve a cselekvés orientációt. A tanulmány szerint a tanulási orientációval rendelkezőket a fejlődés megtapasztalása inspirálja. A célorientált diákokat a karrier építése. Végül, a cselekvés orientált diákokat az egyetem választásában kapcsolatokat építése motiválja (Houle 1961; idézi Árváné-Ványi et al. 2017).

Árváné-Ványi et al. (2017) kutatásában 11.-es osztályoknál vizsgáltak a továbbtanulási szándékukat, a felsőoktatással kapcsolatos elvárásaikat és motivációikat interaktív beszélgetés formájában. Ezt követte a kvantitatív felmérés, ahol a diákok egy, a tanulási motivációt mérő kérdőívet töltöttek ki (Borbély et al. 2017; idézi Árváné-Ványi et al. 2017). Válaszaik megadásakor mérlegelniük kellett az állításokat, és az alapján bejelölni, hogy mennyire érzik magukra vonatkozóan igaznak egy ötfokozatú Likert skálán (Árváné-Ványi et al. 2017). A kérdőív az állításokat 6 csoportba osztotta, melyeknél megjelent a hosszú távú célok által motiváltság, a hosszú távú tervezés, a jobb munkalehetőségekhez jutás. Az érdeklődési kör által motivált belső kíváncsiság és érdeklődés megléte. A tanulás, mint feladat által motiváltság. Az eredmények által motiváltság, vagyis kötelességtudatból való jobb jegyek, szerzése. Az elismerés által létrejövő motiváltság, ahol mások dicsérete fontos. Illetve a jutalom által kiváltott motiváltság, ahol a jó teljesítményért jutalom jár. A kutatás eredményeinél elsőként a hosszú távú célok szerepeltek, mint belső motivációs erő, majd követte az érdeklődési kör, szintén belső motiválóként. Harmadik volt az elismerés, mint külső motivátor, és utolsóként a jutalom, szintén külső motivátorként. Következtetésként megállapíthatjuk, hogy sokkal nagyobb hatással vannak a belső motivációs tényezők a továbbtanulásra (Árváné-Ványi et al. 2017).

Összegezve az eddigieket a fiatalok számára a tanulás és tudás elsajátítása kulcsfontosságú a személyes fejlődés és a karrier szempontjából, ahol a motiváció jelentős szerepet játszik. Houle (1961) három fő motivátort azonosított be a továbbtanulási szándék vizsgálatakor: a

tanulási orientációt, a célorientációt, illetve a cselekvés orientációt. Árváné-Ványi et al. (2017) kutatása alapján a belső motivációs tényezők sokkal nagyobb hatással vannak a továbbtanulásra, mint a külső motiváció, melyeket fontosnak érzek feltárni a szakváltóztatás vizsgálatokor egyaránt.

3.3. Tanulási motiváció

A gyors gazdasági, társadalmi és technikai változások az élethosszig tartó tanulással járnak együtt (lásd OECD, 2004a; Tamás 2003; idézi Fejes 2015). A tanulás fogalmát Barkóczi–Putnoky (1984) fogalmazta meg, miszerint *„A tanulás pszichológiai értelemben nem más, mint olyan teljesítmény-, viselkedés- vagy tudásbeli változás, amely gyakorlás, vagyis a tanulási anyag egyszeri vagy többszöri ismétlése révén jön létre”* (Barkóczi–Putnoky 1984, 16. o.).

A tanulási motivációt a legtöbb nemzetközi szerző a következőképp definiálta: *„A tanulási motiváció a tanulással összefüggő viselkedést elindító, fenntartó és irányító folyamat”* (Fejes 2015, 19.o.).

Ahogy már említettem az előző fejezetekben a motivációnak több típusa létezik, melyekre ki szeretnék most térni. A tanulási motivációt külső motivátorok, mint a tanári-baráti-szülői dicséret, az elismerés, az érdemjegyek és belső tényezők pl. a tudás, fejlődés befolyásolják (Ryan–Deci 2000). A külső szabályozásnál az egyén nemcsak jutalmazásért, hanem a büntetés elkerülése miatt is végezheti a cselevést pl. szülőknek való megfelelés (Rosta 2022). A kutatások eredményeként kapták, hogy a külső motivációnál megjelenő nagyobb autonómia nagyobb elkötelezettséggel, jobb teljesítménnyel, és jobb tanári értékeléssel járt, és kisebb lemorzsolódással (Connell–Wellborn 1991; Miserandino 1996; Vallerand–Bissonnette 1992; Grolnick–Ryan 1987; Hayamizu 1997; idézi Ryan–Deci 2000).

Az introjektált szabályozásnál a korábbi külső tényezők belsővé válnak például, ha az egyén azért cselekszik, mert valamit meg kell tennie. Sebestyén szerint nem azért tanulnak közgazdaságtant, mert kialakult bennük egy belső motiváció erre, hanem azért, mert a szüleik ezt javasolták számukra (Rosta 2022). A harmadik típus, az identifikációs szabályozás nincs nagyon jelen az egyetemi hallgatóknál, ezért erre nem térek ki bővebben.

A diákok tanulási motivációját befolyásolja az is, hogyan vélekednek a saját képességeikről, az egyes tantárgyakhoz fűződő viszonyukról, illetve a tanuláshoz kapcsolódó céljaikról. Nagy szerepet játszik az átélt sikereik, kudarcuk, az őket körülvevő családi, iskolai környezetük (Józsa–Fejes 2010; idézi Fejes 2015). Ebből kifolyólag nem állandó a tanulóknak a motiváltsága, változhat egyes periódusokban az előbb említett tényezőktől függően.

Nagy a lemorzsolódás az alapképzéseknél, a hallgatók 52-54%-a fejezi be sikeresen a tanulmányait, amit több tényező befolyásol (Lengyel 2021). „*A képzés elvégzését tekintve az felsőoktatásban töltött első szemeszter az egyik legkritikusabb időszak. Statisztikák igazolják, hogy a lemorzsolódás esélye minden sikerrel befejezett szemeszter után rohamosan csökken*” (A Hallgatói Önkormányzatok Országos Konferenciája és a Felsőoktatási Tanácsadás Egyesület 2016, 21. o.). Amotivációról beszélhetünk, mikor az egyén nem érzi magát kompetensnek benne, vagy ha úgy érzi, a tevékenység, amit végez nincs összefüggésben az eredménnyel. A hallgatók ilyenkor kiábrándultak, megkérdőjelezzik a tanulás értelmét, ami végül a lemorzsolódásukhoz is vezethet (Deci–Ryan 1985; Ryan–Deci 2000; idézi Vallerand et al. 1992).

A döntéshozatal során az egyén az oktatás költségeit és várt hozamát mérlegeli, ha nagyobb a megtérülés, annál valószínűbben dönt az egyén a tanulás mellett (Hermann 2005; Tódor 2020; idézi Józsa 2021). Ha a várt előnyök meghaladják a pénzügyi költségeket, akkor a hallgatók az egyetemen maradnak. Amennyiben a költségek magasabbak, és a tanulmányi teljesítmény a vártnál alacsonyabb, akkor növekszik a kilépés valószínűsége (Behr et al. 2020; idézi Józsa 2021).

A lemorzsolódás összefügg munkavállalással is, ahol kimutatható, ha a szakiránynak megfelelően választ a hallgató munkát az pozitív hatással van rá, hiszen gyakorlatot tud szerezni, ami a későbbi munkahelyi elhelyezkedésnél előnyt jelenthet (Gáti–Róbert 2011; idézi Józsa 2021). Ellenben, ha a hallgató anyagi fedezet hiányában, saját maga eltartására, lakhatása fizetésre vagy az önköltség előteremtése miatt kezd el dolgozni az a tanulmányai romlását is eredményezheti (Fenyves et al. 2017; idézi Józsa 2021). Az ebből következő gyenge tanulmányi átlag jelenthet motivátlanságot vagy képességbeli hiányosságot, amik szintén lemorzsolódási kockázatot jelenthetnek (Józsa 2021).

Az oktatók jelentős része nagy létszámú szemináriumokat, előadásokat tart, ahol ismeretek közlésére törekcszenek képességfejlesztés helyett (Sasvári et al. 2021; idézi Lengyel 2021). Az intézmények oktatói kapacitása nem teszi lehetővé a személyre szabott odafigyelést, amely nehezíti a hallgatók számára az összefüggések megértését (Lengyel 2021).

Hajdu (2020) kutatásában a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán és Informatikai Karán a Z generációs egyetemi hallgatók motivációját vizsgálta. Az emberi kapcsolatokat, személyes fejlődés, azaz a belső célok magasabb értékeket kaptak, mint a gazdagság, a hírnév (Hajdu 2020). Ezenfelül arra is kiterjedt, hogy milyen motivációk mozgatják a különböző gazdasági szakos hallgatókat. Az eredmények alapján a pénzügy és számvitel szakos diákok számára a pénzügyi siker és a társas kapcsolatok, a kereskedelem és marketing szakos

hallgatóknál a személyes fejlődés és önismeret, míg a gazdálkodási és menedzsment szakos diákok számára a mély, tartós kapcsolatok iránti vágy a legmeghatározóbb (Hajdu 2020). Hajdu (2020) megállapította, hogy nem szabad a generációt egy séma alá venni, hanem arra kell törekedni, hogy az egyéni jellemzők alapján alakítsuk ki az ösztönzési módszereket.

Összefoglalva a hallgatók életében nagy szerepet játszik az átélt sikereik, kudarcaik, és környezetük támogatása (Józsa–Fejes 2010; idézi Fejes 2015). Összevetik a várt előnyöket és a költségeiket, mely alapján dől el, hogy maradnak-e az egyetemen. A diákok munkavállalása teljesítményük romlásához, lemorzsolódásukhoz vezethet (Fenyves et al. 2017; idézi Józsa 2021). Hajdu (2020) szerint a belső motiváció fontosabb, mint a külső, illetve szerinte szakonként eltérően lehet motiválni. A tanulási motiváció vagy annak hiánya rendkívül fontos a szakválogatás szempontjából, ezért annak bemutatása és vizsgálata kulcsfontosságú volt kutatásom szempontjából.

4. Elégedettség

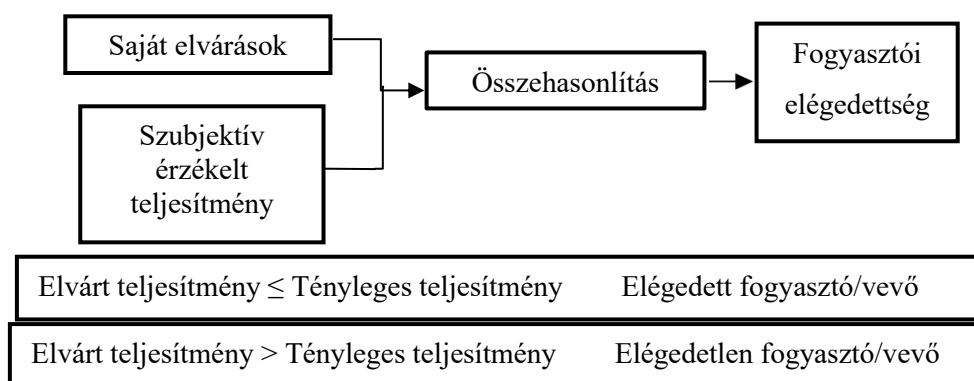
A fejezet célja, hogy bemutassam az elégedettség fogalmát, a hallgatók elvárásai és tapasztalatai közti különbségeket a felsőoktatásban, majd ezt követően a szakváltóztatás háttérében álló okokat, és erről szóló kutatásokat. Végül, de nem utolsó sorban a szakváltóztatás pozitív és negatív következményeit.

4.1. Elégedettség meghatározása

A hallgatói elégedettség kulcsfontosságú a szak iránti lojalitás fenntartásában, mely számos tényezőtől tevődik össze. A következő fejezetek célja bemutatni miért elengedhetetlen az elégedettség vizsgálata a szakváltóztató hallgatók körében. Ennek megértése segítheti az oktatási intézményeket az egyes területek fejlesztésében, elősegítve a hallgatói hűséget kiépítéséhez.

Az elégedettség definícióját „Az észlelt és az elvárt teljesítmény különbözőségében határozódik meg (5. ábra). Amennyiben az elégedettség mértéke, vagyis a minőség így azonosítható, akkor pontosan meghatározhatók azok az erős és gyenge pontok, amelyek a szolgáltatást jellemzik” (Rekettye–Szűcs 2002, 153. o.).

5. ábra: A fogyasztó elégedettsége



Forrás: Tátrai-Németh et al. (2020⁴).

Az elégedettségre elérésére való törekvés különösen fontos, mivel „A jelenlegi hallgatóknál az elégedettség elsősorban a megtartást erősíti, a végzősöknél pedig a lojalitást, a támogatást, a másoknak való ajánlást” (Meszlényi–Domboróczky 2004; idézi Hetesi 2010, 113-114.o.). „Az idődimenzió szerepe a bent lévő hallgatók esetében is fontos tényező, hiszen jelentős a különbség az első évesek és a már kifelé tekintgetők véleménye között. A jelenlegi hallgatók a folyamatot értékelik, a végzősök az eredményt.” (Hetesi 2010, 114. o.).

⁴ <https://mersz.hu/tatrai-csajbokne-czekman-elelmezesi-menedzsment/>

Összegezve az eddigieket az elégedettség egy folyamatnak az eredménye, amelynél a vevő összeveti az előzetes elvárásait a tapasztalataival. Abban az esetben lesz elégedett, ha az általa észlelt teljesítmény meghaladja elvárásait, azonban, ha ez nem teljesül akkor elégedetlen lesz. Az elégedettség mérése rendkívül fontos, mivel ennek köszönhetően meg lehet határozni a szolgáltatást jellemző erős és gyenge pontokat, melyekre érdemes a jövőben hangsúlyt fektetni (Rekettye–Szűcs 2002). Emellett az egyik kulcsfontosságú tényezője a választott szak iránti lojalitás fenntartásának.

4.2. Elvárások és tapasztalatok összehasonlítása a felsőoktatásban

A következő fejezetekben lényegesnek tartom bemutatni a hallgatók szakokkal kapcsolatos elvárásaik és tapasztalataik közötti különbséget, és a mögötte húzódó okokat, mivel ezek gyakran lemorzsolódáshoz vagy szakváltáshoz vezetnek.

Astin szerint a hallgatók tanulási és karriercéljaik, illetve motivációjuk alapján választanak intézményt. Abban az esetben, ha bizonytalanok voltak a jelentkezésükben, akkor az nehézséget jelent számukra mind a beilleszkedésben, mind a lemorzsolódás elkerülésében egyaránt (Fenyves et al. 2017; idézi Józsa 2021). Továbbá a külső szempontok (presztízs, elhelyezkedés stb.) jelentős mértékben befolyásolják a felvételizőket az egyetem kiválasztásakor, és ha a tapasztalásaik nem illeszkednek az előzetes elvárásaikkal, akkor inkongruencia léphet fel, ami a hallgatók lemorzsolódásához vezethet (Pusztai 2011; idézi Józsa 2021).

Az előzetes elvárások többek között akkor alakulnak ki, mikor a felvételiző diákok pályaválasztás előtt állnak, és minél több információt gyűjtenek az adott egyetemről, és az ott megtalálható szakokról, annak érdekében, hogy csökkentsék a szolgáltatás jellegből adódó megfoghatatlanság érzését. Ez a tájékozódás történhet természetesen a nyílt napokon, másoktól, mint például a már az intézményben tanulóktól, szülőktől, középiskolai tanároktól stb. Ezekkel leginkább az előzetes elvárásoknak való megfeleléssel való elégedettség mérhető, ami messze nem azonos azzal, amit majd a felvételt nyert hallgató tapasztal, mikor már aktív tagja lesz az egyetemnek (Hetesi 2010). Ugyanakkor, ha a hallgató attitűdjén tud változtatni, és képes pozitívan hozzáállni az oktatóihoz, csoporttársaihoz, és új tanulási módszereket elsajátítani, illetve kihasználni az egyetemen rendelkezésére álló infrastruktúrát, mely által be tud sikeresen illeszkedni, és elkerülni a lemorzsolódást (Pusztai 2011; idézi Józsa 2021).

A lexikális szaktudás helyett nagyobb hangsúlyt kellene fektetni az olyan hasznos készségek elsajátítására, mint például a kreativitás, csoportban való alkalmazkodás képessége, rugalmasság, jó kommunikációs készség, idegen nyelvek tudása, illetve kapcsolatépítő készség.

Ezeknek a készségek fejlesztését az oktatási intézményeknek kellene biztosítani különböző tréningekkel (Sipos 2005; idézi Konczosné-Szombathelyi 2005).

Elmondható, hogy az aktív hallgatók az elégedettségüket elvárásaik alapján ítélik meg, melyek az alapján fogalmazódnak meg, hogy a jelentkezéskor milyen információkkal rendelkeznek az adott intézményről, és milyen az egyetem imázsa (Alves–Raposo 2007; idézi Hetesi 2010).

A fiatalok számára fontos az interaktivitás, a bevonás, ebből kifolyólag a felsőoktatási intézménynek nem elég a véleményüket, nézeteiket felmérni, hanem a kapott javaslatokat érdemes is megfogadni, az alapján fejleszteni, és beépíteni a kommunikációba (Törőcsik 2010). A Szegedi Tudományegyetemen is évek óta végez ebből kifolyólag elégedettség mérést a végzős hallgatók körében. Az eddig kimutatható eredmények rávilágítottak az egyetemi képzés néhány fejlesztésre szoruló pontjára, melyek megoldása a jövőben szükségesek lesznek ahhoz, hogy az diplomát szerzett hallgatók sikeresek legyenek a munkaerőpiacon. Ezenfelül ahhoz is, hogy az egyetem versenyelőnyre tudjon szert tenni a változásokon keresztül menő magyarországi felsőoktatási piacon (Hetesi–Kürtösi 2008; idézi Hetesi 2010).

A végzetteken kívül a már aktív dolgozók azok, akik sokkal jobban fel tudják mérni az elvégzett képzés hiányosságait, gyengepontjait, mely által a tapasztalásaik és az előzetes elvárásaik közt felfedezhető különbségek („gap”-ek) kezelése hatékonyabb lehet (Hetesi 2010).

A kutatásokból az derült ki, hogy a gyakorlatorientáltságra kell helyezni a jövőben a hangsúlyt, ahol az elméleti, racionális tudás helyett a hallgatók képesek lesznek megszerezni a munka világában nélkülözhetetlen vezetési, szervezési ismereteket (Hetesi–Kürtösi 2008; idézi Hetesi 2010).

Nincs könnyű feladata a felsőoktatási intézményeknek, mivel sokszor a fogyasztói elvárásoknak nem könnyű megfelelni. Teljesen más helyzet alakul ki a fogyasztó és a szolgáltatást nyújtó között, mint más szolgáltatások esetében, mivel az oktatók nagyobb szerepet kapnak (Hetesi 2010). Ebből kifolyólag *„Itt a számonkérő sokkal inkább a tanár, a szolgáltatást nyújtó, mint a diák. A hallgató – hosszú távú érdekei ellenére – többnyire a kisebb ellenállás irányába megy, miközben az oktató szeretné kihozni belőle a maximumot”* (Hetesi 2010, 105.o.). A hallgatók rövidtávon sokszor örülnek, ha elmarad egy órájuk, vagy ha könnyebben teljesíthető kurzust sikerült felvenniük (Berki–Révész 2017, 101.o.). Fontos kiemelni ezzel kapcsolatosan, hogy a hallgatók viselkedése a többiek által észlelt minőségre is befolyással van (Bay és Daniel 2001; idézi Berki–Révész 2017), ebből kifolyólag fontos foglalkozni vele, mivel, ha az intézmény csökkentené a képzés színvonalát, akkor jelentősen

hanyatlana a presztízse és a kiadott diploma munkaerő-piaci értéke, ami egyik hallgatóra se lenne pozitív hatással (Berki–Révész 2017).

Összegezve, ha a hallgatók tapasztalatai nem felelnek meg az elvárásaiknak, inkongruencia léphet fel, ami lemorzsolódáshoz vezethet (Pusztai 2011; idézi Józsa 2021). Az elvárások a felvételi tájékoztatás alapján alakulnak ki. A Szegedi Tudományegyetem évek óta méri a végzős hallgatók elégedettségét, és az eredmények rávilágítottak a képzés fejlesztési szükségleteire, amelyek elengedhetetlenek a hallgatók munkaerőpiaci sikeréhez és az egyetem versenyelőnyének megőrzéséhez (Hetesi–Kürtösi 2008; idézi Hetesi 2010). A hallgatói vélemények figyelembevétele és a javaslatok megfogadása kulcsfontosságú a fejlődéshez (Törőcsik 2010). Eredményül azt kapták, hogy a lexikális tudás helyett a gyakorlatorientáltságra (kreativitásra, kommunikációs készségekre) kellene koncentrálni, és tréningekkel támogatni (Sipos 2005; idézi Konczosné-Szombathelyi 2005). Negatív tapasztalatként megemlíthető, hogy diákok gyakran nehéznek érzik a képzést, de a színvonal csökkentése károsan hatna a diploma értékére, amit egyik végzett hallgató se szeretne (Berki–Révész 2017).

4.3. A szakváltotatást befolyásoló tényezők

Az eddigi fejezetek képet adtak bizonyos területekről, melyek érintik a felsőoktatást, és az ott jelen levő motivációs tényezőket, a hallgatói elégedettséget befolyásoló tényezőket, azonban fontos néhány szakváltást vizsgáló kutatás eredményt is bemutatni, melyek alapul szolgáltak az én primer kutatásomnak.

A szakváltás lényegében az eredeti szakterület választásának felülvizsgálatát jelenti, amely a hiányos információk következményeként alakul ki (Altonji et al. 2012; idézi Meyer et al. 2021), azaz a végzősöknek gyakran nincsen kellő rálátásuk a különböző felsőoktatási szakok valódi tartalmára (Meyer et al. 2021). Nincsenek tisztában az egyetemi követelményekkel, hogy képesek lesznek-e teljesíteni az adott tantárgyakat (Meyer et al. 2021) vagy a szakkal kapcsolatos információkkal és a későbbi elhelyezkedési lehetőségekkel (Pierson 1962; idézi Gordon–Steele 1992), ezáltal a döntéseiket az elképzeléseik alapján hozzák meg (Meyer et al. 2021). Számos kutatás eredményei rámutatnak arra, hogy a diákok gyakran nem találják meg a számukra ideális szakot ebből kifolyólag (Hoxby–Turner 2013; Supiano 2011; Bayomi 2011; Zafar 2011; idézi Jaradat 2017).

Abban az esetben, ha a hallgatók tapasztalatai nem felelnek meg az elvárásaiknak, inkongruencia léphet fel, ami lemorzsolódáshoz vezethet (Pusztai 2011; idézi Józsa 2021).

Az aktív hallgatók elégedettségüket az elvárásaik alapján mérik, amelyeket a kapott információk és az intézmény imázsa alapján fogalmazzák meg (Alves–Raposo 2007; idézi Hetesi 2010). A tájékozódás történhet a nyílt napokon, az intézményben tanulóktól, szülőktől, középiskolai tanároktól stb., de ezekkel leginkább az előzetes elvárásoknak való megfeleléssel való elégedettség mérhető, ami messze nem azonos azzal, amit majd a felvételt nyert hallgató tapasztal, amikor már aktívan részt vesz az egyetemi életben (Hetesi 2010).

Az egyéni érdeklődés és az eredeti szakon tanult tartalom közötti eltérések növelik a szakváltás valószínűségét, különösen a tanulmányok első két félévében (Meyer et al. 2021), azonban a hallgatók csak a felvételt követően fogják igazán felmérni, hogy az érdeklődési körük mennyire egyezik az adott szakon tanultakkal (Meyer et al. 2021). Leuwerke et al. (2004) és Porter és Umbach (2006) megállapították, hogy azok a hallgatók, akik a saját érdeklődésüknek megfelelő szakot választanak, nagyobb valószínűséggel maradnak az egyetemen (Morris et al. 2023).

Willcoxson és Wynder (2010) szerint a hallgatók gyakran olyan szakokra váltanak, amelyek jobban megfelelnek a személyes érdeklődésüknek (Jaradat 2017). Keshishian et al. (2010) szerint az új szakok iránti érdeklődés is befolyásolja a szakváltást. Ezen kívül a kutatások azt mutatják, hogy a hallgatók sikeresebben találnak megfelelő szakot, ha olyat választanak, ami nem kapcsolódik az eredetileg választott területhez (Meyer et al. 2021), megerősítve azt a feltételezést, hogy az egyéni érdeklődés és a szakon tanult tartalom közötti eltérések növelik a szakváltás esélyeit (Meyer et al. 2021).

Ezenfelül a rosszabb érettségi jegyek miatt a diákok nagyobb valószínűséggel morzsolódnak le a felsőoktatásból vagy váltanak szakot (Astorne–Figari–Speer 2019; Belloc et al. 2011; Hovdhaugen 2009; idézi Meyer et al. 2021). Háttérben állhat a gyenge középiskolai felkészítés vagy az alacsony teljesítmény bizonyos tantárgyakban, mint például a matematika és a természettudományok, amelyek elengedhetetlenek a szak elvégzéséhez (Gordon–Steele 1992). Továbbá, a gyenge tanulmányi átlag motiválatlanságra vagy képességbeli hiányosságokra is utalhat, amelyek szintén növelhetik a lemorzsolódás kockázatát (Józsa 2021). Elmondható, hogy a hallgatók rövidtávon gyakran örülnek, ha könnyebben teljesíthető kurzust sikerül felvenniük (Berki–Révész 2017, 101.o.), de ha az intézmény csökkentené a képzés színvonalát, az jelentősen ronthatná a presztízsét és a kiadott diploma munkaerő-piaci értékét, ami egyik hallgatóra sem lenne kedvező hatással (Berki–Révész 2017).

A hallgatók kezdeti szakválasztása gyakran a szülők elvárásait tükrözi, figyelembe véve a szakok társadalmi pozícióját és az azokkal elérhető státuszt (Lörz et al. 2011; Werfhorst et al. 2001; idézi Meyer et al. 2021). Amennyiben a középiskolások nem a szülői elvárásoknak

megfelelően választanak szakot, az gyakran nézeteltéréseket, és a szülői támogatás (pénzügyi) csökkenésével jár együtt, melynek következtében a hallgatók olyan szakra váltanak, amely megfelel a szülők elvárásainak (Meyer et al. 2021). A barátok is jelentős hatással lehetnek a szakválasztásra, ezt bizonyítja Raabe et al. (2019) kutatása, amiben említi, hogy a fiatal felnőttek számára fontos a barátaik véleménye, ezért gyakran vitatják meg velük preferenciáikat (Meyer et al. 2021).

Összegezve sok tényező játszhat szerepet a hallgató szakváltási döntésének meghozatalakor, mint például az adott felsőoktatási szakokról levő kevés információ, tapasztalás hiánya, a diák szakon nyújtott gyenge teljesítménye, érdeklődés hiánya és az annak következtében kialakuló motiváció csökkenése, illetve a körülötte levő személyek véleményének és elvárásainak való megfelelés.

4.4. A szakváltás hatása

Az előző alfejezet segített képet kapni a szakváltást befolyásoló tényezőkről egyes nemzetközi kutatások által, azonban fontos a hatását is vizsgálni, hogy milyen pozitív és negatív következményekkel jár, melyre szeretnék szintén kitérni.

A szakváltás a hallgatókra nézve negatív következményekkel járhat, például a tanulmányi időszak meghosszabbításával, a humántőke-befektetés csökkenésével és a lemorzsolódás kockázatának növekedésével (Wolter et al. 2014; idézi Meyer et al. 2021). Ez makroökonómiai költségeket is jelenthet, különösen állami finanszírozású intézmények esetén, mint Németországban a legtöbb intézmény. Ebből kifolyólag a szakváltás az állami beruházások elvesztéséhez vezethet (Meyer et al. 2021).

Ugyanakkor a szakváltás lehetőséget biztosít a hallgatóknak a nem megfelelő tantárgyválasztás felülvizsgálatára (Bornmann–Daniel, 1999; Diem, 2016; idézi Meyer et al. 2021). Az Egyesült Államokban is megfigyelték, hogy a szakot váltó hallgatók végzettségi aránya gyakran magasabb, mint azoknak, akik maradtak az eredetileg választott szakon (Liu et al. 2021; Yue és Fu 2017; idézi Meyer et al. 2021). Amennyiben a hallgatók az akadémiai tudományágak szélesebb keretein belül váltanak szakot, az kevesebb erőfeszítést és költséget jelenthet számukra, mivel az új kurzus követelményei hasonlóak lehetnek a korábbi szakhoz, és az megszerzett kreditek viszonylag könnyen átvihetők az új szakra (Meyer et al. 2021).

Összegezve számos pozitív és negatív következménnyel járhat egy hallgató életében a szakváltás, mely attól függ, hogy a döntés meghozatalának időpontjától és az új szak területétől is függ.

5. Primer kutatás

A primer kutatásom során az SZTE GTK-n szakot váltó nappalis hallgatókat vizsgáltam, ahogy a bevezetésben már említettem a vizsgált alanyaim közé nem vettem bele a mesterképzéses hallgatókat, mivel mesterképzésen nem gyakori a szakváltóztatás, illetve a levelezőn tanuló hallgatókat se, mivel jelentősen eltér az egyetemen összegyűjtött tapasztalatuk a nappalisokétól. Illetve a FOSZK képzésekkel kapcsolatos tapasztalatok vizsgálatát szintén érdekesnek találnám, viszont a szakdolgozatom terjedelmi korlátjai miatt erre nem lesz lehetőségem kitérni.

A kutatásom céljának az egyetemi szakváltóztatást befolyásoló tényezők felmérését tűztem ki a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán, a szakváltóztatás esetleges pozitív vagy negatív hozadékainak feltárása érdekében, melyből kifolyólag a kutatásomhoz szükséges adatgyűjtést az általam levezetett mélyinterjúkból és az általam készített kérdőívből nyert adatokból valósítottam meg.

Gyakorlati hasznát tekintve az általam kiválasztott kutatási téma vizsgálata nagyon aktuális, és fontos, mivel a hallgatók rá tudnak világítani az egyetemi képzés néhány olyan gyenge pontjára, amelyek javítása a jövőben elengedhetetlen lesz ahhoz, hogy az intézményből kikerülő hallgatók sikeresek legyenek a munkaerőpiacon, és az egyetem versenyelőnyre tudjon szert tenni az átalakulóban lévő magyarországi felsőoktatási piacon. Illetve az elégedett fogyasztók terjeszthetik az egyetem pozitív megítélését, elősegítve újabb fogyasztók megszerzését. Ezenfelül a diákok számára megfelelő szakok és karrierútvonalak megtalálása hozzájárulhat a munkanélküliség és a munkaerőhiány csökkentéséhez. Az oktatási és munkaerőpiac által támasztott elvárások jobb összehangolása növelheti a gazdasági hatékonyságot. A kutatásom által olyan forradalmi, gyakorlati haszonnal rendelkező eredmények jöjjenek létre, melyek hatást fejtenek ki mind a hazai, mind pedig a nemzetközi kutatási szférában. A kutatásom középpontjában az egyetem teljesítményének és versenyképességének növelésére való törekvés, illetve a hallgatók igényeinek, tapasztalatainak mélyebb rétegű feltárása áll a szakváltóztatások vizsgálata során.

A következő fejezetekben részletesen bemutatom az egyes kutatási módszereket, illetve következtetéseket.

5.1. A kutatások módszertana

A kutatott témám összetettségéből adódóan fontosnak tartottam minél több személy szemszögéből megvizsgálni az öt befolyásoló tényezőket, és azokat megérteni, és konklúziókat levonni. A kutatásomnál ebből kifolyólag mind kvalitatív és kvantitatív kutatást végeztem az okok minél mélyebb rétegű feltárása érdekében. A kvantitatív kutatás a kvalitatív kutatásom egyfajta kiegészítéseként jelent meg, ahol egy szélesebb skálán tudtam vizsgálni a magasabb létszámból adódóan a megkérdezettjeim válaszait.

A mélyinterjú és a kérdőív kérdéseinek megalkotásához Árváné-Ványi et al. (2017) és Berki–Révész (2013) tanulmányát használtam fel, amit kiegészítettem az SZTE GTK közösségi oldalain, weboldalán végzett kutatómunkával, ahol az SZTE GTK felsőoktatási marketingjét vizsgáltam.

A kvalitatív kutatás során 2024/25 őszi félévében 7 mélyinterjút készítettem az SZTE GTK-n belül szakot váltó hallgatókkal, akikről elmondható, hogy mind nappali tagozatos, alapszakos hallgató volt. Közülük 4 fő jelenleg is az egyetem aktív alapszakos hallgatója, akik többnyire végzéshez közel álló hallgatók az egyetemen és a további 3 fő már végzett hallgatónak számít, akik 2023/2024 tavaszi félévében szerezték meg diplomájukat, akik közül 1 fő jelenleg mesterképzésen folytatta tanulmányait a karon.

Törekedtem minden szakról választani olyan személyt, aki szakot váltott, hogy még tisztább képet tudjak adni az egyes szakok közötti váltásokról, és azoknak az okairól.

Fontos szerepet játszott az is, hogy olyan hallgatókkal készítsek mélyinterjút, akik már viszonylag régebben váltottak szakot, és van már kellő rálátásuk mindkét szakra.

A lediplomázott hallgatóknál arra is kíváncsi voltam, hogy milyen területen helyezkedtek el végül. Illetve a kutatásomban a még diploma előtt állóknál is fontos szerepet kapott a jövőbeli terveik a szak elvégzése után, hogy milyen területen terveznek mester szakra menni vagy dolgozni.

Mindegyik mélyinterjút online tartottam, mivel ez alanyaik számára időben és helyszínben is nagyobb rugalmasságot biztosított. Az interjúk elején biztosítottam őket az anonimitásuk megtartásáról, illetve felvázoltam számukra, hogy bizonyos témakörönként fogunk haladni az interjú során. Kezdetként demográfiai kérdésekkel indítottam, hogy csökkentsem az interjúalanyok kezdeti idegességét. Utána témakörönként tagolva tettem fel számukra a kérdéseimet, aszerint tagolva, ahogy az előfeltevéseimet felállítottam.

Az interjú végét szerettem volna a szakváltás hatásainak vizsgálatával zárni, ahol a pozitív és negatív hozadékaira kérdeztem rá, illetve kifejezetten érdekelt, hogy mennyiben gondolják

azt, hogy megérte-e a döntésüket meghozni, illetve, ha tehetnék, akkor előbb váltottak volna-e szakot. Továbbá az is foglalkoztatott, hogy mennyiben változtatta meg a szakváltóztatás a jövőbeli elhelyezkedésről vagy továbbtanulásról szóló elképzeléseiket.

A kvalitatív kutatást hamarabb bonyolítottam le, mint a kvantitatívát, mivel szerettem volna az interjúalanyaimtól kapott válaszokra, fejlesztési javaslatokra építeni, és azt tovább vizsgálni egy nagyobb létszámnál.

A Google Űrlap által szerkesztett kérdőívet az SZTE GTK egyes évfolyamjainak Facebook csoportjaiban tettem közzé, illetve az SZTE GTK Tanulmányi Osztály segítségével került kiküldésre az általam összeállított kérdőív, mely által kiderült, hogy az elmúlt 2 évben 90 fő váltott szakot, úgy, hogy kereskedelem és marketing vagy gazdálkodási és menedzsment szakra váltott át. Kutatási korlátként jelenik meg a szakdolgozatomban az, hogy a vizsgált témában magyar viszonylatban eddig a legtöbben csak a hallgatói elégedettséget és motivációt, illetve a hallgatók lemorzsolódását vizsgálták, azaz nem érintették a szakváltóztatást, ebből kifolyólag inkább külföldi tanulmányokat vettem alapul, mint például Gordon–Steele (1992), és Meyer et al. (2021) és Jaradat (2017) kutatását.

Ezenfelül az alacsony kitöltés szám is korlátként jelenik meg, mivel csak 33 szakváltó töltötte ki az általam összeállított kérdőívet, ami az idő szűkének is köszönhető, illetve az, hogy a mélyinterjú alanyaim közül volt olyan fő, aki nem tudott részt venni, így csak 7 fővel tudtam vizsgálni. A vizsgált mintám nem számít reprezentatívnak, mivel nem tudom pontosan meghatározni, hogy mekkora az alapsokaság, és a kérdőívem se lett minden szakváltó számára kiküldve. Ennek ellenére a Tanulmányi Osztálytól kapott adatok és a kérdőívet kitöltők száma és összetétele is rávilágít a kutatási témám fontosságára, azzal, hogy minden évfolyamban igaz az, hogy van szakot váltó hallgató az SZTE GTK-n.

A kérdőívem felépítését tekintve témakörönként szakaszokra bontottam, ahol az 1. szakasznál a kitöltő 1. szakjára vonatkozó általános kérdéseket tettem fel, melyet követtek a második szakjára vonatkozó kérdések. Ezt követte a pályaválasztásra vonatkozó rész, ahol külön figyelmet szenteltem annak, hogy mikor vált véglegessé a szakválasztásuk, és milyen tényezők és személyek voltak hatással rájuk. A harmadik témakör a tanácsadás volt, illetve az elképzelés és elvárások közti különbség, ahol kitértem az SZTE által kínált tanácsadás lehetőségére is, hogy mennyire ismerik, illetve informálódni arról, hogy ők hogyan informálódtak felvételikor, illetve milyen újítási lehetőségeket tudnának még elképzelni a karon. Majd ezután felmértem a tapasztalataikat az 1. választott szakon, és a teljesítményükkel való elégedetlenség mértékét. Ezt a szakváltási döntés témakör követte, ami az okainak, és azok befolyásoló mértékének feltérképezésére fókuszált. Ezt követően a személyes érdeklődést

vizsgáltam az 1. szakon tanított tantárgyak iránt, illetve a hallgatók szerinti gyakorlatorientáltságot a szakon. Ezenfelül fontosnak tartottam a szakváltás pozitív és negatív hatását is vizsgálni, illetve azt, hogy mennyiben változtak meg a szakmai terveik a szakváltás után, mely után demográfiai kérdések jöttek. A kapott eredményeket egy Excel munkafüzetben elemeztem, melyeket szeretnék most részletesen kifejezni.

5.2. Az előfeltevések

A mélyinterjú kérdései az előfeltevések alapján lett összeállítva, melyek a következők:

E1: *A diákok felvételi előtti elvárásai jelentősen eltérnek a felvétel után szerzett tapasztalataiktól.*

A középiskola végén a diákok gyakran nincsenek tisztában az egyes felsőoktatási szakok tényleges tartalmával, és a döntésüket leginkább a tantárgyakkal kapcsolatos sztereotípiák befolyásolják (Meyer et al. 2021). Néhány diák kezdeti szakválasztása nem magalapozott, mivel gyakran az egyetemi követelményekkel vagy a szakkal kapcsolatos információkkal és a későbbi elhelyezkedési lehetőségekkel sincsenek teljesen tisztában (Pierson, 1962; idézi Gordon–Steele 1992). Abban az esetben, ha a hallgatók tapasztalatai nem felelnek meg az elvárásaiknak, inkongruencia léphet fel, ami lemorzsolódáshoz vezethet (Pusztai 2011; idézi Józsa 2021). Elmondható, hogy az aktív hallgatók az elégedettségüket elvárásaik alapján ítélik meg, melyek az alapján fogalmazódnak meg, hogy a jelentkezéskor milyen információkkal rendelkeznek az adott intézményről, és milyen az egyetem imázsa (Alves–Raposo 2007; idézi Hetesi 2010). A tájékozódás történhet a nyílt napokon, az intézményben tanulóktól, szülőktől, középiskolai tanároktól stb., de ezekkel leginkább az előzetes elvárásoknak való megfeleléssel való elégedettség mérhető, ami messze nem azonos azzal, amit majd a felvételt nyert hallgató tapasztal, mikor már aktív tagja lesz az egyetemnek (Hetesi 2010).

E2: *A megkérdezettek szerint kevés hangsúlyt fektet a kar arra, hogy jobban megismertesse a leendő hallgatóival az egyes szakokat az SZTE GTK-n.*

A szakváltás lényegében az eredeti szakterület választásának felülvizsgálatát jelenti, amely a hiányos információk következményeként jött létre (Altonji et al. 2012; idézi Meyer et al. 2021). Kimutatható, hogy a középiskolásoknak nincs kellő információjuk az egyetemen tanított tantárgyak követelményeiről, és arról, hogy képesek lesznek-e teljesíteni azokat (Meyer et al. 2021). Számos kutatás eredményei rámutatnak arra, hogy a diákok gyakran nem találják meg a

számukra ideális szakválasztási lehetőségeket, mivel nem rendelkeznek elegendő ismerettel róluk (Hoxby–Turner 2013; Supiano 2011; Bayomi 2011; Zafar 2011; idézi Jaradat 2017).

E3: *Ha nagymértékben eltér a hallgató személyes érdeklődése az adott szakon tanultaktól nagyobb a valószínűsége a szakváltotatásnak.*

Az egyéni érdeklődés és az eredeti szakon tanult tartalom közötti eltérés növeli a szakváltás valószínűségét, különösen a tanulmányok első két félévében (Meyer et al. 2021), azonban a hallgatók csak a felvételt követően fogják igazán felmérni, hogy az érdeklődési körük mennyire egyezik az adott szakon tanultakkal (Meyer et al. 2021). Leuwerke et al. (2004) és Porter és Umbach (2006) megállapították, hogy azok a hallgatók, akik a saját érdeklődésüknek megfelelő szakot választanak, nagyobb valószínűséggel maradnak fenn az egyetemen (Morris et al. 2023). Willcoxson és Wynder (2010) szerint a hallgatók olyan szakokra váltanak, amelyek megfelelnek a személyes érdeklődésüknek (Jaradat 2017). Keshishian et al. (2010) szerint az új szakok iránti érdeklődés is befolyásolja a szakváltást. Továbbá a kutatások azt következtetést vonják le, miszerint a hallgatók sikeresebben találnak számukra megfelelő szakot, ha olyat választanak, ami nem kapcsolódik az eredetileg választott szakterülethez (Meyer et al. 2021), ami szintén megerősíti azt a feltételezést, hogy az egyéni érdeklődés és az szakon tanult tartalom közötti eltérések növelik a szakváltás valószínűségét (Meyer et al. 2021).

E4: *A hallgató saját teljesítményével való elégedetlensége növeli a szakváltotatás valószínűségét.*

A rosszabb érettségi jegyek miatt a diákok nemcsak nagyobb valószínűséggel morzsolódnak le a felsőoktatásból, hanem gyakrabban váltanak szakot is (Astorne-Figari–Speer, 2019; Belloc et al. 2011; Hovdhaugen, 2009; idézi Meyer et al. 2021). A szakválasztás nehézsége lehet a rossz középiskolai felkészítés vagy a gyenge tanulmányi teljesítmény bizonyos tantárgyakban, amelyek szükségesek a szak elvégzéséhez, mint például a matematika és a természettudományok (Gordon–Steele, 1992). Azt is feltételezik, hogy a gyenge tanulmányi átlag jelenthet motivátlanságot vagy képességbeli hiányosságot, amik szintén lemorzsolódási kockázatot jelenthetnek (Józsa 2021).

A hallgatók rövidtávon sokszor örülnek, ha könnyebben teljesíthető kurzust sikerült felvenniük (Berki–Révész 2017, 101.o.), azonban, ha az intézmény csökkentené a képzés színvonalát, akkor jelentősen hanyatlana a presztízse és a kiadott diploma munkaerő-piaci értéke, ami egyik hallgatóra se lenne pozitív hatással (Berki–Révész 2017).

E5: *A referenciacsoportok véleménye jelentős hatással van a felvételiző diákok szakválasztására.*

A hallgatók kezdeti szakválasztása gyakran a szülők elvárásait tükrözi, figyelembe véve a szakok társadalmi pozícióját és az azokkal elérhető státuszt (Lörz et al. 2011; Werfhorst et al. 2001; idézi Meyer et al. 2021). Akkor, ha a diákok nem a szülői elvárások szerint választanak szakot az a szülők közötti nézeteltérésekkel vagy az alacsonyabb szülői támogatással (pl. pénzügyi források csökkentésével) jár. Ennek köszönhetően nő a valószínűsége annak, hogy a hallgatók olyan szakra váltanak, amely eleget tesz a szülők elvárásainak. A szülőkön kívül a barátok is jelentős hatással lehetnek a kezdeti tantárgyválasztásra, mivel támogathatják vagy ellenezhetik a választásukat (Meyer et al. 2021). Raabe et al. (2019) kutatása kimutatja, hogy a fiatal felnőttek fontosnak tartják barátaik véleményét, és ebből kifolyólag sokszor velük vitatják meg a preferenciáikat (Meyer et al. 2021).

E6: *A szakváltásnak több pozitív hozadéka van a szakot váltó hallgató számára, mint negatív.*

Egy németországi tanulmány szerint a szakváltás negatív következményekkel járhat a hallgatókat illetően pl. meghosszabbítja tanulmányi időszakukat, elveszíti a humántőke-befektetést és növeli a lemorzsolódás esélyét (Wolter et al. 2014; idézi Meyer et al. 2021). Ez makroökonómiai költségekkel is járhat, különösen állami finanszírozás esetén, mely az állami beruházások elvesztéséhez vezethet (Meyer et al. 2021). Ugyanakkor a szakváltásnak számos pozitív hatása lehet, mivel lehetőséget ad a hallgatóknak arra, hogy felülvizsgálják a nem megfelelő kezdeti szakválasztásukat (Bornmann–Daniel, 1999; Diem, 2016; idézi Meyer et al. 2021). Abban az esetben, ha az új szak követelményei hasonlóak az előzőhöz, akkor az kevesebb erőfeszítést és költséget jelenthet, mivel a megszerzett kreditek viszonylag könnyen átvihetők (Meyer et al. 2021). Egyes kutatások szerint a szakváltás növelheti a diploma megszerzésének esélyét, különösen korai váltás esetén (King 2015; Kreysa 2006; Micceri 2001; Wright 2018; idézi Morris et al. 2023). Az Egyesült Államokban kimutatható, hogy a szakváltóztatók magasabb végzettségi arányt mutatnak, mint az eredetileg választott szakon maradt hallgatók (Liu et al. 2021; Yue és Fu 2017; idézi Meyer et al. 2021). John (2000) szerint a szakváltás eredményeként nő a motivációjuk és érdeklődőbbé is válnak a hallgatók lehetővé téve számukra, hogy használják erejüket (Jaradat 2017).

5.3. A kvalitatív kutatás alanyainak bemutatása

Az alábbi ábra (6. ábra) mutatja be a kvalitatív kutatás alanyait. Az anonimitás végett álneveket használtam. A megkérdezettek közül 1 fő volt, aki fizetős képzésen tanult, a többi 6 fő államin volt.

6. ábra: A kvalitatív kutatás alanyai

Emese	23 éves kereskedelem és marketing szakra váltott (2. félév után) 2025. őszén diplomázik
Tamás	23 éves pénzügy és számvitel szakra váltott (5. félév után) 2024 tavaszán diplomázott
Zita	21 éves pénzügy és számvitel szakra váltott (4. félév után) 2025 tavaszán diplomázik
Kamilla	22 éves pénzügy és számvitel szakra váltott (4. félév után) 2024 őszén diplomázik
Bence	23 éves kereskedelem és marketing szakra váltott (4.félév után), majd kereskedelem és marketing szakra váltott (6.félév után) 2024 őszén diplomázik
Kata	23 éves turizmus-vendéglátás szakra váltott (1. félév után) szakmai gyakorlatot végzett az SZTE GTK-n felsőoktatási marketing területen 2024 tavaszán diplomázott
Zsófia	24 éves gazdálkodási és menedzsment szakra váltott (2. félév után) 2024 tavaszán diplomázott

Forrás: saját szerkesztés

5.4. A kvalitatív kutatás eredményeinek bemutatása

A mélyinterjú kérdéseit úgy állítottam össze, hogy választ tudjak adni a kutatási kérdésekre és az előfeltevések elfogadására vagy elvetésére. Az interjúk által rendkívül sok olyan információra is fény derült, amit a kérdőív nem tett lehetővé, mivel az interjú alanyaim nemcsak rövid válaszokat tudtak ezáltal adni, hanem részletesen ki is tudták fejteni nézeteiket, fejlesztési ötleteiket egyes területeken. Illetve számos különbségre felhívták a figyelmemet az egyes szakválasztási döntésüket motiváló tényezőkben, illetve szakváltóztatási döntésükben szerepet játszó szempontokban.

Az előfeltevések mentén fogom bemutatni a döntésemet:

E1: *A diákok felvételi előtti elvárásai jelentősen eltérnek a felvétel után szerzett tapasztalataiktól.*

Arra a kérdésemre, hogy volt-e eltérés a felvételi előtti elképzeléseik és a tapasztalataik között minden megkérdeztem megerősítette, hogy jelentős eltérést tapasztaltak. Sokan kiemelték, hogy kevésbé voltak gyakorlatorientáltak az oktatott tantárgyak, amit cégekkel való együttműködésekkel, több projektfeladattal tudnának elképzelni. Illetve a tantárgyak megoszlását is máshogy képzeltek el az egyes szakokon, melyeknek az ismertetésére nagyobb hangsúlyt kellene helyezni a jövőben a karnak.

„Első előadáson azt éreztem, nem lehet megfogni ezt a szakmát.” (Zsófia)

„Csomó elméletet megtanultunk, de gyakorlati kimenetele nem sok tantárgynak volt.”

(Emese)

„A számvitel tetszett, mert gyakorlatorientált volt, de túl sok elméleti tárgyunk volt.” (Zita)

„Azt vártam, hogy a középiskolai tudást fogjuk fejleszteni, nem sikerült. Nagyjából kiegészített valamennyit, de túl sokat fizettem érte. Szerintem fontosabb a szakmai tapasztalat.” (Tamás)

„Én tényleg a számvitelt vártam, azt nagyon élveztem, kár, hogy abból kevés volt. Azt vártam volna, hogy egy kicsit több gyakorlati óra legyen.” (Kamilla)

„Én azt hittem, hogy más lesz a tantárgyak megoszlása, hogy sokkal több számvitellel kapcsolatos tárgyunk lesz.” (Zita)

„Én nemzetközi turizmus iránt jobban érdeklődtem, mint kifejezetten csak Magyarország turizmusa iránt, ami kiderült tanítva lett, de szerintem nem is voltak kint a minta tervek”

(Kata)

„Romániában van egy olyan egyetem, amely együttműködik különböző cégekkel, és a diákok a vállalatok számára készítenek dolgokat iskolai projekt keretében.” (Tamás)

Az elvárások és tapasztalatok közti jelentős különbség észleléséből kifolyólag megkérdeztem a szakváltóztatókat, hogy mennyire tartanak jó ötletnek a részletes Excel minta tanterv közzétételét. Ötletemet a többség támogatta, de kiemelték, hogy fontos valamilyen platformon elmagyarázni a minta tanterv értelmezését, és pusztán csak 1 személy mondta hátrányának azt, hogy folyamatosan változik, ebből kifolyólag gyakran kell korszerűsíteni, és lecserélni a platformon.

„Nem tudom, mert folyamatosan változik a mintatanterv, emiatt lehet készpénznek vennék.”

(Zita)

„Jó lenne színekkel jelölni, hogy meddig vannak a közgáz tárgyak, mi a kötelező.” (Kamilla)

„Nagyon érdemes lenne, bár elsőre kicsit ijesztő, de TikTokon elmagyarázva már érthető és hasznos.” (Zsófia)

„Jó lenne egy videó a mintatervről pl. TikTokon vagy YouTube-n.” (Emese)

A felvételikor történő információ szerzés a többségnél a felvi.hu-ról, a GTK weboldaláról, és a nyílt napján történt, azonban ezenfelül még említették többen az SZTE GTK-s YouTube-csatornán elérhető videókat.

„A felvit, az Exceles mintatervet néztem egy ismerősöm által, de a YouTube volt az egyik leghasznosabb, mert online nyílt napkor lehetett élő csevegésben írni kommenteket, meg ott hamarabb is válaszoltak az üzenetekre, mint más platformon.” (Zita)

„Voltam GTK-s nyílt napokon, meg ugye tanácsadáson.” (Zsófia)

Összegezve az interjúalanyaim válaszait elmondható, hogy jelentős különbségeket észleltek a felvételi előtti elvárásaik és a felvételt követően szerzett tapasztalataik között, ebből kifolyólag érdemes lenne a karnak a megkérdezettjeim által említett pontokra (a gyakorlatorientáltságra, illetve a tantárgyak megoszlására) nagyobb hangsúlyt fektetni.

Ezen eredmények tudatában az 1. előfeltevést elfogadom.

E2: *A megkérdezettek szerint kevés hangsúlyt fektet a kar arra, hogy jobban megismertesse a leendő hallgatóival az egyes szakokat az SZTE GTK-n.*

A megkérdezettek egyetértettek abban, hogy hasznos részt venni pályatanácsadáson, és az egyes orientációs lehetőségeket jobban kellene hangsúlyozni a középiskolásoknak, illetve érdemes lenne új eszközöket, platformokat behozni a karnak a tájékoztatást illetően. Közülük 3 fő is részt vett tanácsadáson, ebből kifolyólag személyes tapasztalatot is tudtak mesélni.

„SZTE által többször is voltam pályatanácsadáson, ami hasznos volt. Nővérem az irodában dolgozott, és ő mondta. Szerintem jó lenne hirdetni, viszont kevesen vannak erre.” (Zsófia)

„Amikor otthagytam a szakot, utána jártam pályatanácsadásra februárban, töltöttem ki kérdőíveket a tanácsadóval, szóval segített.” (Emese)

„Szerintem lehetne az iskolákban szervezni ilyen orientációs napokat a helyszínre, vagy ott mondjuk plakátot elhelyezni vagy online és esetleg csoportokban közzétenni.” (Zita)

A megkérdezetteim közül többen is említették, hogy régebben is tetszett számukra a szak, amire váltottak.

„A PSZ-en kívül a kereskedelem és marketing is tetszett, másodiknak azt jelöltem” (Zita)

„Nem volt Covid miatt személyes nyílt nap, így a marketing is például úgy jött nekem, hogy láttam a YouTube-n fenn levő szakbemutató videót, amit Prónay Szabolcs tartott.” (Zita)

„A gazdálkodási és menedzsmenten is gondolkodtam, de maradtam turizmusnál.” (Kata)

„Most, ha belegondolok én régebben is menedzsmentes játékokkal játszottam, de nem gondoltam rá, hogy erre jöjjenek.” (Tamás)

Arra a kérdésemre, hogy hallott-e az EcoCampról, és a gazdasági szakkörökről a szakváltók mindegyike szinte nemmel felelt, aki viszont hallott, az se felvételikor, hanem akkor, mikor a GTK-ra járt, melyből kifolyólag fontos lenne még jobban tájékoztatni a felvételizőket róla.

„Aki nem szegedi elesik a lehetőségtől, jó lenne TikTok videóként közzétenni mi zajlik a szakkörön.” (Zita)

„A felvételikor nem, először nyáron hallottam róla egy hallgató társamtól.” (Kamilla)

„Nem hallottam. Meg lehetne szervezni egyszer pl. júniusban, a másikat meg augusztusban.”
(Emese)

„Nyílt napon lehetne hirdetni. Máskor is lehetne tartani pl. téli szünetben/ hétvégén.” (Zsófia)

Arra a kérdésemre, hogy mennyire lenne érdemes a karnak egy podcastet létrehozni, ami a felvételizőknek szólna a szakváltók több, mint fele gondolta úgy, hogy jó ötlet lenne, azonban az is felvetődött, hogyan lehetne kivitelezni, és milyen személyek vezetnék, ahol többen helyeselték, hogy akár végzős hallgatók számára el lehetne számolni a felsőoktatási marketingben való tevékenységüket szakmai gyakorlatként, ami tanári mentorálással jönne létre.

„Én is hallgatók podcasteket, jó ötlet szerintem, ha 3-4. évesek mesélnének a szakról.”

(Zsófia)

„Kérdéses mennyire kötné le a figyelmüket tartalom.” (Kamilla)

„Amikor GM klubos voltam, többször hívtunk vállalatoktól embereket, nagyon hasznos volt, viszont kevesen tudtak eljönni rá, de online verzióba bármikor visszahallgató, akár, ha utazol.” (Emese)

„Szerintem nagyon szuper lenne mindenki számára.” (Zita)

„Akár a 3. vagy 4. évfolyamosokat bele lehetne vonni, és akár pl. marketingesekként szakmai gyakorlatként is elszámolhatnák, amivel az egyetem is jól jár, meg a diák is.” (Tamás)

„Szerintem jó ötlet, csak kevés rá az ember, meg szükséges egy mentor a diákok mellé.”

(Kata)

A következő kérdésben arra tértem ki, hogyan lehetne jobban bemutatni a felvételizők számára, hogy a szakok főbb óráin mivel foglalkoznak, ahol motiválónak gondolták a hallgatók, ha kézzel fogható projekteket látnának a felvételizők, melyeken hallgatók dolgoztak.

„Igen, úgy, hogy csak a végeredményt mutatnák be pl. az egyik órán például weboldalt is kellett tervezni, amit öt hét alatt valósítottak meg a semmiből, és te is tudsz majd ilyen csinálni.” (Kamilla)

Arra a kérdésemre, hogy mennyire merik a felvételizők feltenni a kérdéseiket a szakokkal kapcsolatban a legtöbben úgy vélték, hogy szívesebben tennék fel ők is hallgatóknak a kérdéseiket, mint a nyílt napon a tanároknak. Illetve arra a kérdésemre, hogyan lehet segíteni azokat, akik nem tudnak részt venni, és feltenni a kérdéseiket a nyílt napon, arra a hallgatók javaslata egy felületet létrehozása volt, akár Instagramon, ahol élő közvetítésben is meg lehetne válaszolni a kérdéseket, mely később TikTokra és Instagramra is kikerülne rövid videó formájában.

„Szerintem létre lehetne hozni egy felületet, ahova tudnának írni a hallgatók.” (Kamilla)

„Tanároktól és hallgatóktól is megérné kérdezni.” (Zita)

Nyílt napon szerintem tanártól nem kérdeznék, de hallgatótól igen.” (Zsófia)

„Egyik, hogy azért nem kérdeznek, mert nem mernek pl. hozzánk se jöttek oda sokan a nyílt napon, hiába vagyunk velük körülbelül egy idősek, hanem az is, hogy nem tudják mit kérdezzenek, túl sok az információ nekik egyszerre.” (Kata)

A megkérdezettek válaszait tekintve elmondható, hogy az SZTE GTK próbálja minél jobban megismertetni a felvételizőkkel az egyes szakokat, azonban úgy vélik, hogy még nagyobb hangsúlyt kellene fektetni rá, és új eszközökkel, tartalmakkal kibővíteni a már meglévő tárházat.

Ezen eredmények tudatában az 2. előfeltevést elfogadom.

E3: *Ha nagymértékben eltér a hallgató személyes érdeklődése az adott szakon tanultaktól nagyobb a valószínűsége a szakváltogatásnak.*

Az előfeltevésem alapján azt szerettem volna megtudni, hogy mennyire érdekelték a hallgatókat az 1. szak tantárgyai, ahol a többség megerősítette a feltételezésemet, hogy nagyban befolyásolta őket az érdeklődésük eltérése a tananyagtárolszakváltásban. Az egyik leggyakoribb oknak is a személyes érdeklődés eltérése volt a szakon tanu

„Én nemzetközi turizmus iránt jobban érdeklődtem, mint csak Magyarország turizmusa iránt, mikor megláttam a minta tantervet, amiket ott már első félévben fel kellett volna venni, akkor én az első napon írtam is a TO-nak, hogy szeretnék szakot váltani.” (Kata)

„Rájöttem, hogy nem ez az, amit én szeretnék, és nem feltétlen ebben szeretnék dolgozni.”
(Kamilla)

„Engem érdekelt a pénzügy és számvitel, mert középiskolában is ezt tanultam.” (Tamás)

„Fontos, hogy amit csinálok szeressem, és itt már megbukik a dolog a pénzügy és számvitelnél, mert jobban érdekel a marketing.” (Zita)

„A marketingnél már utána is olvastam témáknak, az volt az első olyan, hogy elmentünk könyvtárba egy szintén szakváltó barátnőmmel, és kivettem valami könyvet, ami már érdekelt, és annyira más érzés így összehasonlítva a kettő.” (Zita)

„Szóval az idő is közrejátszott, és az, hogy annyira nem tetszett, hogy én feltétlen ezen maradjak, és tudtam, hogy a pénzügyön harmadik éves tárgyai is még lesznek.” (Bence)

„Nem befolyásolt. Nekem akkor azt mondták, hogyha külföldön szeretnél továbbtanulni vagy, ha mesterre menni a marketingnél nagyon le vannak korlátozva lehetőségek menedzsment általános, és jobban járok, hogyha még most váltok, mielőtt elkezdődnek jobban a fő tantárgyak a harmadik évtől.” (Emese)

Ezen eredmények tudatában az 3. előfeltevést elfogadom.

E4: *A hallgató saját teljesítményével való elégedetlensége növeli a szakváltóztatás valószínűségét.*

A megkérdezettjeim körülbelül fele válaszolt igennel arra a kérdésemre, hogy nem volt elégedett a teljesítményével az első szakján (Berki–Révész 2017).

„Sokkal nagyobb az elvárás, mint ahogy fogjuk használni az életben pl. közgáz tárgyaknál.”
(Zsófia)

„Mikor bejöttem a nehezebb tárgyak, akkor tudtam, hogy nem itt szeretnék elhelyezkedni, de a biztos akkor volt, mikor nem sikerült több tárgyam, és csúsztam volna egy évet, de akkor nem mehettem volna mesterre államilag támogatottan.” (Zita)

„Egy nem sikerült vizsga miatt nagyon magam alatt voltam, és akkor az ott érlelődött bennem, utána jöttek az otthoni viták, hogy nekem lehet, hogy kéne váltani.” (Tamás)

„Én végig elégedett voltam a jegyeimmel, mindent tudtam majdnem teljesíteni. Egy tantárgyból minden tőlem telhetőt megtettem, és rosszabb lett, mint az első zh. Ha maradtam volna, akkor csúszok fél évet, amit nem akartam.” (Kamilla)

„De emlékszem, hogy a szintén szakváltó barátnőm az utolsó félévében körülbelül 6 tárgyból bukott meg.” (Kamilla)

„Ha azt nézzük sose gondoltam bele, hogy nekem van más lehetőségem, vagyis előtte nem is gondoltam szakváltásra.” (Kamilla)

„Változott a véleményem, hogy a pénzüggel jobban el lehet helyezkedni munkahelyen, aztán átmentem, ott meg az volt a baj, hogy volt egy tárgyam, ami miatt meg csúsztam volna, úgyhogy inkább visszajöttem kereskedelem és marketingre.” (Bence)

„A marketinges tárgyaknál nem volt, de volt egy csoport munkánk, ahol négyen kellett legyünk egy csapatban és ketten nem dolgoztak belőle, így nem is tudtuk kihozni a maximumot.”
(Emese)

Ezen eredmények tudatában az 4. előfeltevést elfogadom.

E5: *A referenciacsoportok véleménye jelentős hatással van a felvételiző diákok szakválasztására.*

Arra a kérdésemre, hogy volt-e olyan személy, aki hatással volt rá az 1. szak kiválasztásának döntésében szinte mindenkitől azt a választ kaptam, hogy nagyban befolyásolta őket a környezetük.

„A nővérem imádta GTK-t, és a szak izgalmasnak tűnt, de megkérdeztem a szüleimet, felettem járó ismerősöket, de csak az utolsó órában döntöttem.” (Zsófia)

„Mindig is érdekelt a turizmus és vendéglátás, megörültem, hogy az SZTE-n is indul.”
(Kata)

„Barátok, szüleim, rokonaim, aki hasonlót tanult, de magam hoztam meg ezt a döntést.”
(Bence)

„Édesanyám miatt választottam a pénzügy és számvitelt, mivel ő gazdasági vezetőként dolgozik egy intézetben, de a nagymamán is könyvelő volt, sokat meséltek otthon róla.” (Zita)

„Én döntöttem, pénzügyi ügyintézőnek készültem, legegyszerűbb út, akkor ne OKJ-s végzést kapjak, hanem inkább egy diplomát.” (Tamás)

„Előtte beszéltem egyik barátnőmmel, aki osztálytársam volt, és ő egyébként nagyon pozitív véleménnyel volt a szakról, úgyhogy ez még jobban hozzáadott a választásomhoz.” (Emese)

„Beszéltem egyetemista hallgatókkal, akik majdnem végzősök voltak, és azt tanácsolták, hogy jelentkezsek pénzügyre, nehezebb tárgyak vannak, ha még később meggondolom magam, akkor könnyebb átjelentkezni kereskedelemre, mint fordítva.” (Kamilla)

Az előző kérdésből kifolyólag vizsgáltam, hogy a szakváltásban mennyire vonták be a környezetüket, ahol többen állították, hogy kikérték ott is több személynek a véleményét, ahol legtöbben a szülőket említették.

„A barátaimnál tudtam, hogy támogatni fognak, de tartottam tőle, hogy édesanyám nem fogja támogatni a szakváltást, de teljes mértékben egyetértett, amin nagyon meglepődtem.” (Zita)

„Nővérem megfontoltabb, aki mondta, hogy még gondold át, hogy lesz számvitel, és kérdéses, hogy neked ez menni fog.” (Emese)

„Voltak ismerőseim, akik szakot váltottak, ők időben beadták a kérelmet, és az övékét kértem ki és megkérdeztem őket, hogy ők, hogy csinálták.” (Tamás)

Ezen eredmények tudatában az 5. előfeltevést elfogadom.

E6: *A szakváltásnak több pozitív hozadéka van a szakot váltó hallgató számára, mint negatív.*

Az első fő kérdésem a pozitív hozadékaire vonatkozott a szakváltásnak, ahol megállapítható, hogy sokan érezték a motiváció növekedését, a stressz csökkenését, illetve a teljesítményük javulását az új szakjukon.

„Nekem leginkább a stressz volt az, mert nekem nem ér annyit, hogy rosszul érezzem magam miatta, a gazdmenes tárgyakat munka mellett is tudtam csinálni.” (Tamás)

„Itt volt motivációm, hogy tanulás mellett foglalkozzak még szabadidőmben is ezzel.” (Zita)

„Rugalmas vagyok, szóval nehéznek nem volt nehéz a beilleszkedés, de nagyon meglepő volt, hogy itt ennyi itt a csapatmunka, meg ennyire nem elméleti.” (Kamilla)

„Sokkal több olyan óra volt, ami így fölkelte az érdeklődésemet.” (Zsófia)

Arra a kérdésemre, hogy volt-e negatív hatása a szakváltásnak a legtöbben a csúszást említették, illetve volt, aki az elveszített krediteket.

„Ugye akkor megcsináltam olyan tárgyakat pénzügy és számvielen, amik itt is jók voltak a marketingen, szóval nem nagyon volt.” (Bence)

„Én hiába tudtam volna elvégezni időben, ha és megcsinálni egy év alatt, volt valamilyen kikötés, hogy három félévet az új szakodon kell töltened, ezért konkrétan egyetlen egy tárgyam maradt utolsó félévre.” (Tamás)

„Hiába váltottam időben, fél év csúszásom volt egy matekos tárgy miatt.” (Kata)

„A szakdoga konzit később vettem fel, a témám is változott, így csúsztam 1 félévet.” (Zita)

*„Utolsó pillanatban váltottam, sikerült mindent behoznom, de sok kreditem elveszett.”
(Kamilla)*

„Könnyen át tudtam állni, csak én a számvitel miatt csúsztam.” (Emese)

„Egy kicsit nehéz volt az órákra ráhangolódni, mivel itt másképpen adnak elő, másképp kérnek számon, meglepően sok volt a csapatmunka, szóval nehéz volt az átállás.” (Zita)

A szakváltási döntésük felülvizsgálatát is fontosnak tartottam. A többség úgy gondolta, hogy mindenképp több pozitív hozadéka volt a szakváltásuknak, mint negatív. Ezt megerősíti az is, hogy a 7 fő közül csak 2 fő volt, aki szerint nem biztos, hogy jó döntés volt. Illetve kérdésemben kitértem arra is, hogyha lehetne előbb váltott volna-e, ahol a többség igennel válaszolt, miszerint hamarabb kellett volna meghoznia ezt a döntést.

„Ha megyek mesterre, akkor több lehetőségem van, de néha úgy gondolom, hogy nem volt értelme.” (Emese)

„Is-is, valamikor azt gondolom, hogy igen, mert kicsit nehéz volt közéjük beilleszkedni, de közben meg nem bántam meg a pénzügyet.” (Zita)

Érdekelt, hogy a szakváltás befolyásolta-e a karriercéljaikat, ahol kimutatható, hogy mindenki a 2. szakjával kapcsolatosan tervez mestert vagy pedig munkát vállalni.

„Jelenleg egy kicsi marketingügynökségnél dolgozok, ezt nagyon szeretem csinálni.”
(Kamilla)

„Jobban el tudom képzelni a jövőmet, addig nagyon rövid távlatokban gondolkodtam, de mindenképp a marketing irányához kapcsolódó dolgot szeretnék csinálni.” (Zita)

„Most marketing mester képzésen vagyok, és jelenleg marketing menedzserként dolgozom középvezetőként.” (Kata)

„Egyetem alatt is meg most is telekommunikációs multinál dolgoztam marketingesként, szóval nem számított, hogy gazdmenes szakon tanultam.” (Tamás)

„A kereskedelembe gondolok elhelyezkedni.” (Bence)

Végezetül arra a kérdésemre, hogyan lehetne jobban támogatni a szakváltókat a megkérdezettjeim szerint, ha kevésbé kezelnénk tabuként, és a lehető legjobban informálnánk a hallgatókat ennek a lehetőségéről és folyamatairól akár személyes tájékoztatón, a weboldalon.

„Eléggé tabu téma, ez kicsit olyan, mintha valaki otthagyná az egyetemet. Nem nagyon van lekommunikálva.” (Tamás)

„Pénzügyön, ha valaki szakot váltott, akkor biztos gyenge volt és feladta.” (Kamilla)

„Szerintem lehetne ilyen tájékoztató alkalmakat tartani, mert eddig soha nem volt.” (Kamilla)

„Jó lenne, ha a weboldalon is lenne egy külön szakváltóknak szóló rész, ahol minden megtalálható, mert így azért jóval bonyolultabb volt magamnak rájönni az információkra.”
(Zita)

Ezen eredmények tudatában az 6. előfeltevést elfogadom.

1. táblázat: Az előfeltevések elfogadása/elvetése

Előfeltevések	Döntés
E1: A diákok felvételi előtti elvárásai jelentősen eltérnek a felvétel után szerzett tapasztalataiktól.	Elfogadva
E2: A megkérdezettek szerint kevés hangsúlyt fektet a kar arra, hogy jobban megismertesse a leendő hallgatóival az egyes szakokat az SZTE GTK-n.	Elfogadva
E3: Ha nagymértékben eltér a hallgató személyes érdeklődése az adott szakon tanultaktól nagyobb a valószínűsége a szakváltotatásnak.	Elfogadva
E4: A hallgató saját teljesítményével való elégedetlensége növeli a szakváltotatás valószínűségét.	Elfogadva
E5: A referenciacsoportok véleménye jelentős hatással van a felvételiző diákok szakválasztására.	Elfogadva
E6: A szakváltásnak több pozitív hozadéka van a szakot váltó hallgató számára, mint negatív.	Elfogadva

Forrás: saját szerkesztés

5.5. Hipotézisek

Ahogy már említettem, a kvantitatív kutatást a kvalitatív kutatás kiegészítésének szánom, így a mélyinterjúkból nyert adatok által alátámasztott előfeltevéseket most a kvantitatív kutatásom hipotéziseiként is szeretném vizsgálni, mivel a kvalitatív kutatás alapján minden előfeltevést elfogadtam. Ebből kifolyólag a hipotézisek lényegén nem tervezek változtatni, hanem azokat érdemesnek tartom kvantitatív módon is megvizsgálni. Az előfeltevések szakirodalmi háttérét már az előfeltevéseknél bemutattam, ezért ezen hipotézisek alátámasztását most nem részletezem. Ennek alapján a következő hipotézisek születtek:

H1: *A diákok felvételi előtti elvárásai jelentősen eltérnek a felvétel után szerzett tapasztalataiktól.*

H2: *A megkérdezettek szerint kevés hangsúlyt fektet a kar arra, hogy jobban megismertesse a leendő hallgatóival az egyes szakokat az SZTE GTK-n.*

H3: *Ha nagymértékben eltér a hallgató személyes érdeklődése az adott szakon tanultaktól nagyobb a valószínűsége a szakváltotatásnak.*

H4: *A hallgató saját teljesítményével való elégedetlensége növeli a szakváltotatás valószínűségét.*

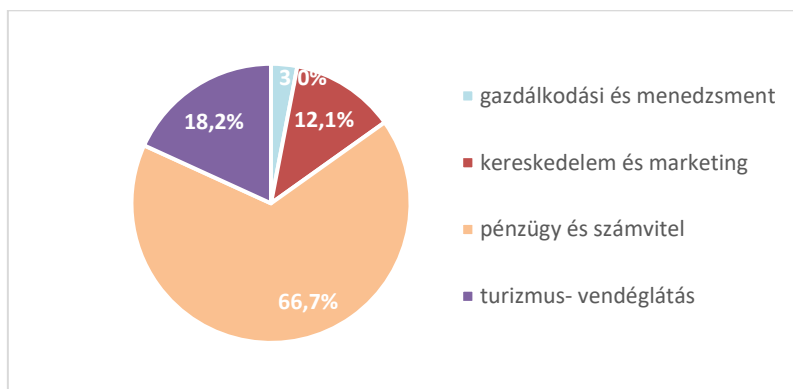
H5: *A referenciacsoportok véleménye jelentős hatással van a felvételiző diákok szakválasztására.*

H6: *A szakváltásnak több pozitív hozadéka van a szakot váltó hallgató számára, mint negatív.*

5.6. A kvantitatív kutatás eredményeinek bemutatása

A kérdőívet 33 szakot váltó hallgató töltötte ki, és az alacsony elemszám miatt nem tudtam statisztikai tesztekkel folytatni a kitöltési számok alapján. A kitöltők közül 66,7% női, és 33,7% férfi volt. Az életkort tekintve a kérdőív kitöltők körülbelül 80%-a 21 és 24 éves korosztály közé esik.

7. ábra: A szakváltóztató hallgatók 1. szakja



Forrás: saját szerkesztés

A kitöltők többsége, azaz 66,7%-a pénzügy és számvitel szakra váltott szakot, ezt követi a turizmus-vendéglátás 18,2%-kal, majd a kereskedelem és marketing 12,1%-kal, míg a gazdálkodási és menedzsment szakra a hallgatók 3%-a váltott szakot. A válaszadók közül 4 fő már lediplomázott, 1 hallgató 2023-ban, és 3 hallgató 2024-ben diplomázott le (7. ábra).

8. ábra: Az 1. szak kezdési időpontja, év

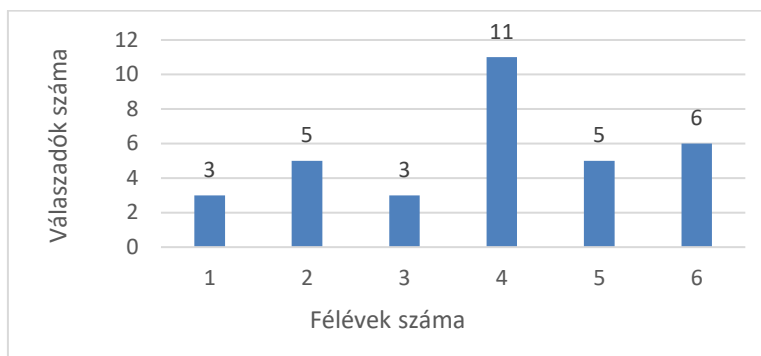


Forrás: saját szerkesztés

A hallgatók többsége, azaz 10 fő (30,30%) 2020-ban kezdte az 1. szakot (8. ábra).

A következő kérdésben mértem fel, hogy hány félévet töltöttek a hallgatók szakváltás előtt az 1. szakjukon (9. ábra).

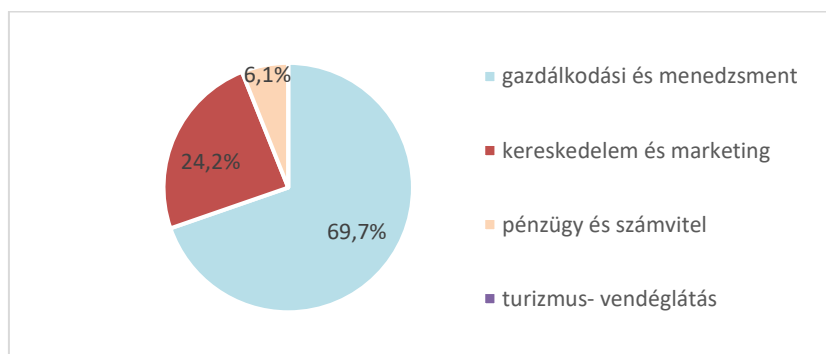
9. ábra: A hallgatók 1. szakon töltött félévei szakváltás előtt, db



Forrás: saját szerkesztés

A hallgatók 1. szakon átlagosan 4 félévet töltöttek a szakváltás előtt. Illetve elmondható, hogy a legtöbb hallgató, azaz 11 fő (33,33%) a 4. féléve után váltott szakot. A szakváltóztató hallgatók 1. szakjukon a finanszírozási forma szerint 54,5% állami, míg 45,5% fizetős képzésben részesült.

10. ábra: A szakváltóztató hallgatók 2. szakja



Forrás: saját szerkesztés

A kitöltők 69,7%-a gazdálkodási és menedzsment szakra váltott, ezt követi a kereskedelem és marketing 24,2%-kal, míg pénzügy és számvitel szakra 6,1% váltott (10. ábra). A szakváltóztató hallgatók 2. szakjukon a finanszírozási forma szerint 60,6% állami, míg 39,4% fizetős képzésben részesült.

H1: A diákok felvételi előtti elvárásai jelentősen eltérnek a felvétel után szerzett tapasztalataiktól.

A felvételiző diákok bizonytalanságát jól mutatja, hogy az 1. szakról való döntés meghozatalának idejét tekintve a hallgatók többsége, azaz 48,5%-a pár hónappal a jelentkezési határidő leadása előtt döntött arról, hogy hova adja be a jelentkezését. Fontos kiemelni, hogy mindössze csak 12,1%-uk tudta nagyon régóta, hogy milyen szakra jelentkezzenek, és körülbelül 48,5%-uk volt, akiben az utolsó 1-2 évben körvonalazódott a döntés.

Arra a kérdésemre, hogy a szak, amire váltott (azaz 2. szak) akkor is tetszett-e, amikor az 1. szakodra jelentkezett a hallgatók 69,7%-a válaszolt igennel.

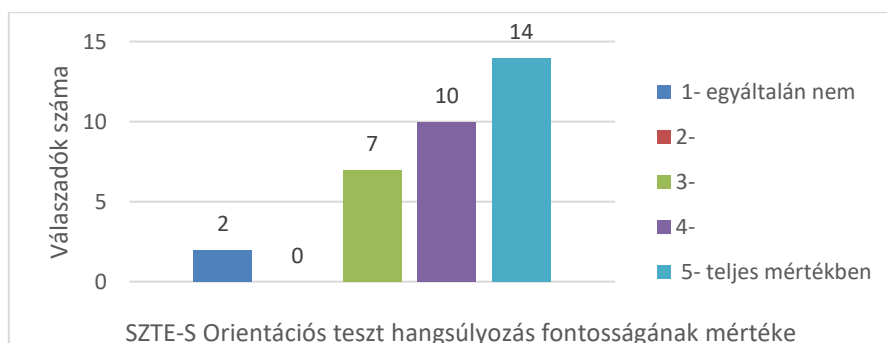
Pályaorientációs tesztet kitöltő hallgatók megoszlását tekintve a 33 főből csak 36,4% töltött ki pályaorientációs tesztet, és a kitöltők mindössze csak 15,2%-a volt tanácsadónál a szakválasztást előtt.

Arra a kérdésemre, hogy hallott-e az SZTE általi ingyenes tanácsadási lehetőségről, ami a középiskolásoknak, illetve aktív hallgatóknak szól a válaszadók közül 8 hallgató (24,24%) felelt igennel, és 25 fő (75,76%) nyilatkozta azt, hogy nem hallott még róla, ami rávilágít arra, hogy mennyire nincs köztudatban ez a lehetőség.

Arra a kérdésemre, hogy hasznos lett volna-e részt venni tanácsadáson a következő válaszokat kaptam: A 33 fő közül 18 fő (54,55%) nyilatkozta azt, hogy igen, és 15 fő (45,45%), hogy nem.

A következő kérdésben arról kérdeztem a kitöltőket, hogy nagyobb hangsúlyt kellene-e fordítania az SZTE-nek a középiskolásoknak szóló orientációs lehetőségek hangsúlyozására, és arról való informálásra, ahol az alábbi eredmények születtek (11. ábra) és (12. ábra):

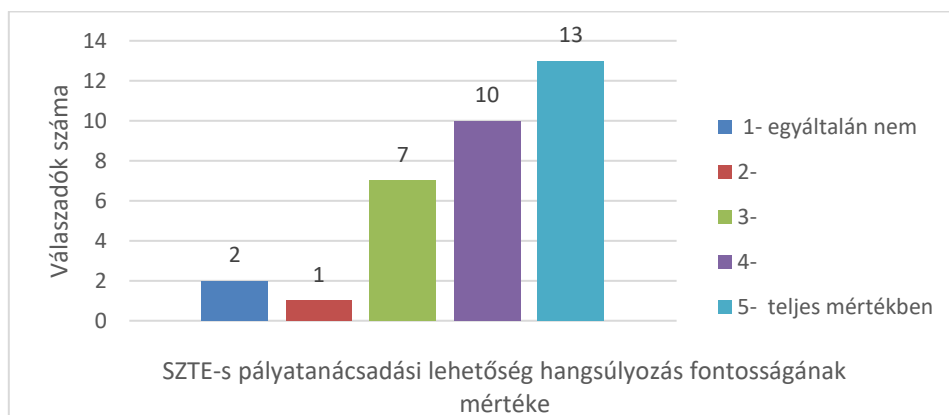
11. ábra: A szakot váltó hallgatók véleménye az SZTE-s orientációs teszt lehetőség nagyobb mértékű hangsúlyozásáról



Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók többsége, azaz 24 fő (72,73%) nyilatkozta azt, hogy nagyobb hangsúlyt kellene fordítani az SZTE-nek a lehetőség tájékoztatásáról.

12. ábra: A szakot váltó hallgatók véleménye az SZTE-s pályatanácsadási lehetőség nagyobb mértékű hangsúlyozásáról

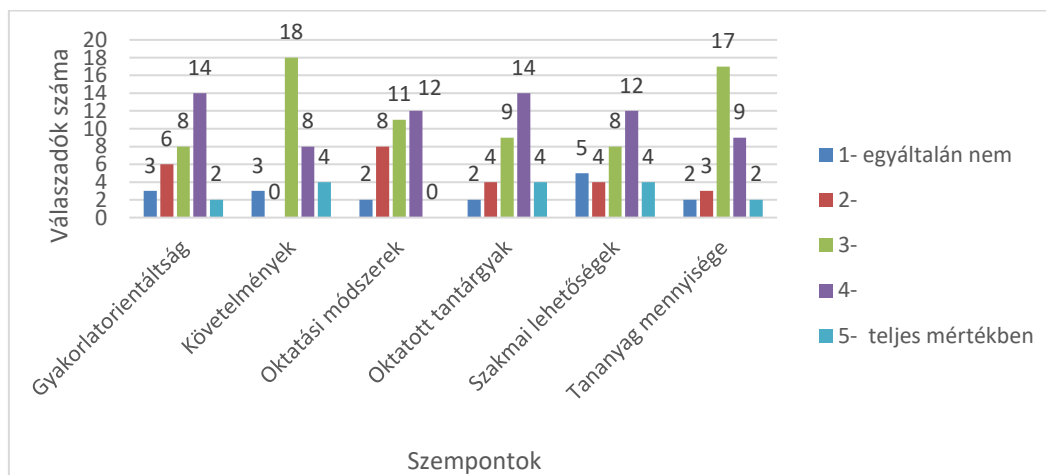


Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek közül 23 fő (69,70%) nyilatkozta azt, hogy nagyobb hangsúlyt kellene fordítani az SZTE-nek a lehetőség tájékoztatásáról.

A következő kérdésben azt kutattam, hogy mennyiben feleltek meg a szakot váltó hallgatók 1. szakodon szerzett tapasztalatai a szakválasztáskor kialakult elképzeléseiknek (egy 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol az 1- egyáltalán nemet, 5 - teljes mértékben) (13. ábra).

13. ábra: Az 1. szakon elvárások és tapasztalatok közti egyezés



Forrás: saját szerkesztés

A gyakorlatorientáltságot vizsgálva a 33 főből kevesebb, mint a fele, azaz 14 fő (42,4%) nyilatkozta azt, hogy nagymértékben meg volt elégedve, azzal amit tapasztalt, illetve további 2 fő (6,1%), hogy teljes mértékben elégedett volt. A kitöltők 24,2% -a közepes mértékben, és 27,3%-a szerint inkább nem, vagy egyáltalán nem volt egyezés, azaz az emberek több, mint a fele nem elégedett teljesen.

Követelmények teljesíthetőségét tekintve, és a tananyag mennyiségénél is látszik, hogy a többség, azaz 18 fő, vagyis 54,55% azt nyilatkozta, hogy közepes mértékben, vagyis csak nagyjából feleltek meg a tapasztalataik az előzetes elvárásaikhoz képest.

Oktatási módszerek és az oktatott tantárgyaknál is a többség, azaz 18 fő, vagyis 54,55% azt a választ adta, hogy megegyezett az előzetes elvárásuk a tapasztalataikkal.

Szakmai lehetőségeket tekintve a válaszadók tapasztalatai és elvárásai közti egyezést vizsgálva 48,5% szerint megegyezett, 27,3% szerint nem egyezett meg és 24,2% szerint közepes mértékben felelt meg az elvárásaiknak, azaz az emberek több, mint a fele nem elégedett teljesen.

Illetve az egyes gazdasági szakokon is vizsgáltam azt, hogy átlagosan mennyire feleltek meg az előzetes elvárásaik és tapasztalataik (1-től 5-ig terjedő skálán, ahol az 1- egyáltalán nem, 5 - teljes mértékben), ahol a következő eredményeket kaptam:

Az oktatott tantárgyaknál legalacsonyabb érték a turizmus és vendéglátásnál volt, ahol átlagosan 3,42 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között, míg a legmagasabb a gazdálkodás és menedzsmenten, ahol átlagosan 4-es mértékben volt megegyező.

A gyakorlatorientáltságnál legalacsonyabb érték a gazdálkodási és menedzsment volt, ahol átlagosan 3,00 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között, míg a legmagasabb a pénzügy és számvitel átlagosan 3,27-es mértékben volt megegyező.

Az oktatási módszereknél legalacsonyabb érték a gazdálkodási és menedzsment volt, ahol átlagosan 2,00 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között, míg a legmagasabb a turizmus és vendéglátásnál volt, átlagosan 3,10 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között.

A szakmai lehetőségeknél legalacsonyabb érték a turizmus és vendéglátásnál volt, ahol átlagosan 3,09 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között, míg a legmagasabb a gazdálkodás és menedzsmenten, ahol átlagosan 4-es mértékben volt megegyező.

A tananyag mennyiségénél legalacsonyabb érték a gazdálkodási és menedzsment volt, ahol átlagosan 2,00 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között, míg a legmagasabb a turizmus és vendéglátásnál volt, átlagosan 3,28 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között.

A követelményeknél legalacsonyabb érték a pénzügy és számvitelnél volt, ahol átlagosan 3,14 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között, míg a legmagasabb a kereskedelem és marketingnél volt, átlagosan 4,25 mértékben volt egyezés elképzelés és elvárás között.

Összefoglalva látszik, hogy a követelményeknél, és a tananyag mennyiségénél is átlagosan csak közepes mértékben volt egyezés az elvárások és tapasztalatok között, míg a

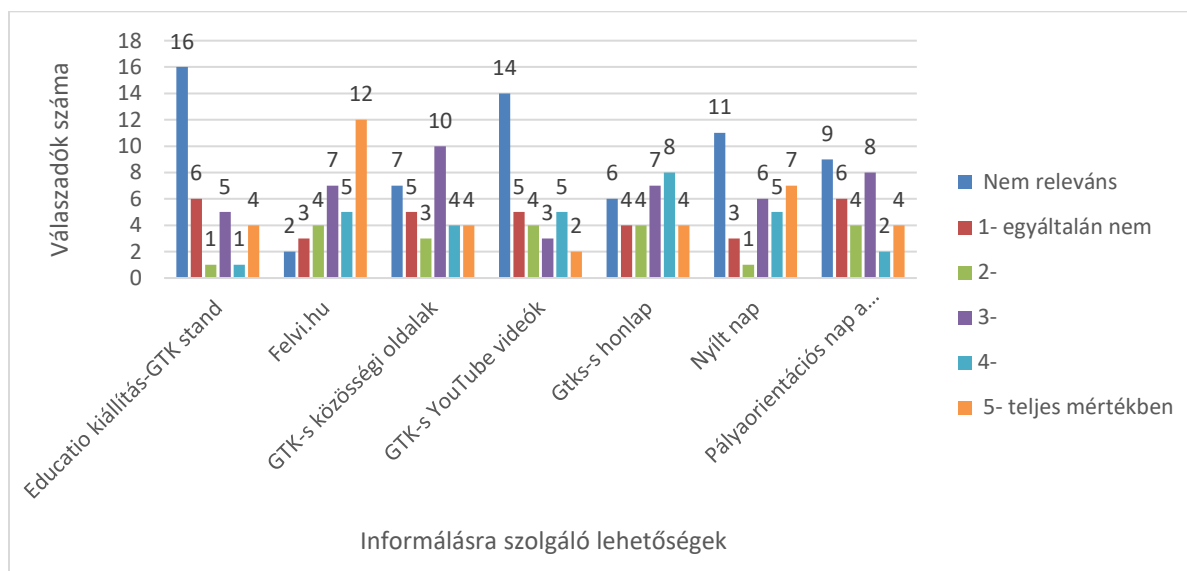
gyakorlatorientáltságot vizsgálva kevesebb, mint a fele szerint volt egyezés. A megkapott eredményeket szakonként vizsgálva elmondható, hogy a különböző gazdasági szakok hallgatói eltérően értékelték az elvárásaik és a szakok által kínált lehetőségek közötti egyezéseket. A gazdálkodás és menedzsment szakos hallgatók jobban meg voltak elégedve az oktatott tantárgyakkal és szakmai lehetőségekkel, de más területeken (pl. oktatási módszerek, gyakorlatorientáltság) alacsonyabb értékeket adtak. Míg a turizmus és vendéglátást tanulóknál több területen is alacsonyabb egyezést tapasztaltak, ami arra utal, hogy itt jelentősebb a különbség az elvárások és tapasztalatok között.

Ezen eredmények tudatában az 1. hipotézist elfogadom.

H2: A megkérdezettek szerint kevés hangsúlyt fektet a kar arra, hogy jobban megismertesse a leendő hallgatóival az egyes szakokat az SZTE GTK-n.

A felsőoktatási marketinghez tartozó témakörnél először is arra voltam kíváncsi, hogy milyen helyekről informálódtak a megkérdezettek a felvételikor, illetve mennyire tartották hasznosnak az egyes lehetőségeket (14. ábra).

14. ábra: Információ szerzés lehetőségeinek hasznossága



Forrás: saját szerkesztés

Az lehetőségek közül a leghasznosabbnak a megkérdezettek többsége, azaz 17 fő (51,52%) a felvi.hu-t mondta. Az Educatio Kiállítás, és a GTK-s YouTube videók, GTK-s nyílt nap, a középiskola által megszervezett pályaorientációs nap nem számított relevánsnak, ami annak köszönhető, hogy nem tudtak részt venni rajta, vagy nem onnan szerezték az információikat. A GTKS-s nyílt napokon résztvevők közül 12 fő (36,36%) tartotta hasznosnak az ott elhangzott információkat a szak kiválasztásakor. 9 fő, (27,27%) nyilatkozta azt, hogy a GTK-s YouTube videók nem voltak számára hasznosak. A GTK-s honlapot illetően a többség, azaz 12 fő (36,36%) tartotta hasznosnak. A középiskolás pályaorientációs napnál 10 fő (30,30%) és az Educatio Kiállításon a GTK-s kitelepülésről 7 fő (21,21%) nyilatkozta, hogy nem volt számára hasznos.

Majd az SZTE GTK nyílt napján bevezetett mini kurzusok hasznosságára kérdeztem rá. A megkérdezettek 81,82%-a véli hasznosnak a mini kurzusok lehetőségén való részvételt.

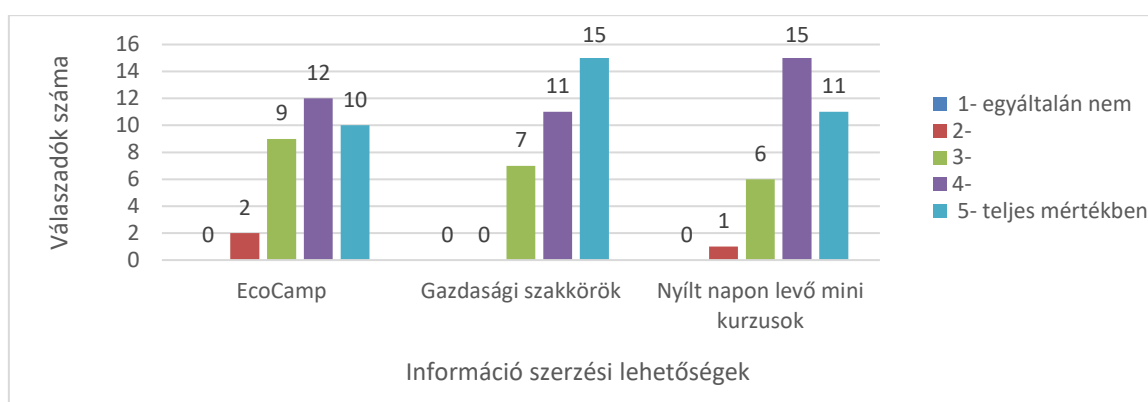
A következő kérdésem arra vonatkozott, hogy az EcoCamp mennyiben segíti azokat a felvételiző diákokat, akik nem tudják eldönteni, hogy melyik gazdasági szak illik legjobban

hozzájuk. A szakváltók 51,52%-a vallotta azt, hogy hasznos a leendő hallgatók számára az Ecocamp.

A következő kérdésemet illetően arra voltam kíváncsi, hogy hallottak-e a középiskolások számára indított SZTE-s gazdasági szakkörökről, illetve arra, hogy mennyire találja hasznosnak azokat. A válaszadók csak 15,2%-a hallott, míg 84,8%-a nem hallott róla, mely felveti azt a kérdést, hogy érdemes lenne nagyobb hangsúlyt helyezni rá. Gazdasági szakkörök hasznosságát tekintve 21 fő (63,64 %) szerint hasznos.

Ezután azt vizsgáltam, hogy mennyire kellene a válaszadók szerint nagyobb hangsúlyt fektetni az alábbi orientációs lehetőségekről való informálásra (15. ábra).

15. ábra: Információ szerzési lehetőségek hangsúlyozása



Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók szerint mindhárom lehetőség hangsúlyozására egyértelműen nagyobb hangsúlyt kellene fordítania a karnak.

Fontosnak véltem vizsgálni, hogy szerintük melyik az a közösségi platform, ahol a legjobban el lehet érni a felvételizőket, ahol több választ is megjelölhettek. A legtöbbet használt közösségi oldalak a felvételizők információ szerzésekor az Instagram, melyet a Facebook, illetve a TikTok követ, illetve 30,30%-uk szerint megjelenik a YouTube is.

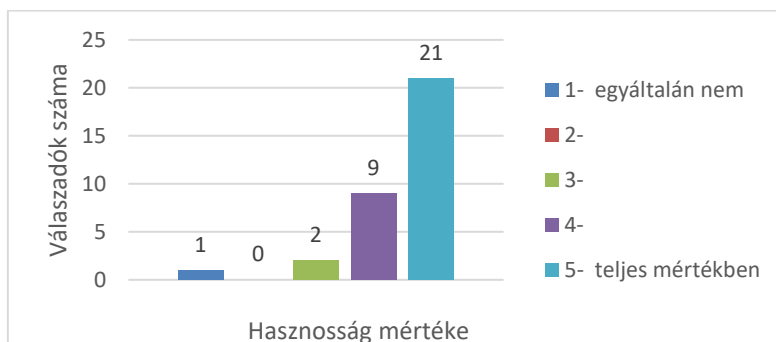
A mélyinterjúra alapozva feltettem azt a kérdést is, hogy segítené-e a felvételizőket, ha GTK-s szakok részletes Excel formátumú mintatervei nem csak Coospace-n lennének elérhetőek, melyre a megkérdezettek 93,9%-a válaszolt igennel.

Ezt kiegészítettem azzal az hallgatóktól kapott ötlettel is, hogy jó ötletnek tartanának-e egy videós sorozat létrehozását TikTokon vagy Instagramon, ahol az egyes szakok diákjai felsorolják a főbb tárgyaikat és a következő részben pedig részletesebben kifejtik, hogy mikről szólnak. A megkérdezettek 93,94%-a nyilatkozta azt, hogy jó ötletnek tartja.

Ezt követően vettem fel egy podcast csatorna létrehozását az SZTE GTK-nak, ahol pl. az egyes szakokról mesélnének hallgatók, akár karrierutakról stb. A válaszadók többsége, azaz 81,8%-a nyilatkozott igennel és 18,2%-a nemmel.

Ezután kitértem arra is, hogy lehetne több lehetőséget kínálni a jelentkezőknek a kérdéseik feltevésére, ahol a mélyinterjúból kapott ötletként feljött gyakori kérdések felület létrehozásának hasznosságát vizsgáltam (16. ábra).

16. ábra: Gyakori kérdések felület létrehozásának hasznossága



Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók szinte teljes mértékben (90,91%) egyetértettek azzal, hogy hasznos lenne egy felület létrehozása.

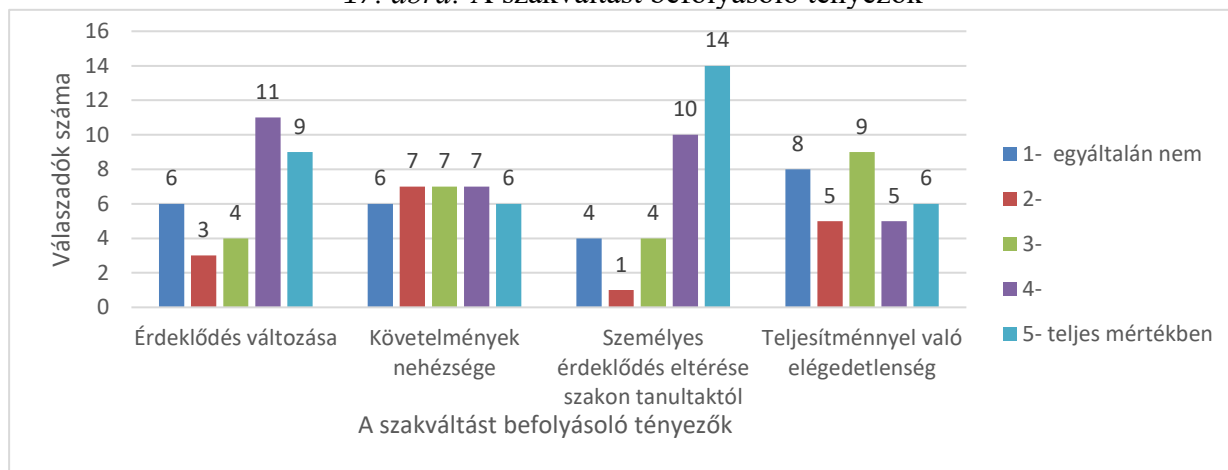
Összegezve a kérdéseimre kapott válaszokat elmondható, hogy az SZTE GTK számos lehetőséget nyújt arra, hogy megismertesse az egyes szakokat a felvételizőkkel, azonban a megkérdezettjeim úgy vélik, hogy érdemes lenne kibővíteni a jövőben a jelenleg meglévő eszközöket. Nagyobb hangsúlyt fektetve az EcoCamp, a gazdasági szakkörök, és a nyílt napon levő minikurzusokról való tájékoztatásra. Emellett a TikTok-csatornán is több részes videós sorozat létrehozása az egyes szakokról különböző szempontok alapján. A TikTokot kiegészítve jelenhetne meg az Excel mintatanterv magyarázó videóval, illetve egy SZTE GTK podcast csatorna, annak érdekében, hogy a leendő hallgatók a lehető legjobban megismerjék az adott szakokat.

Ezen eredmények tudatában az 2. hipotézist elfogadom.

H3: Ha nagymértékben eltér a hallgató személyes érdeklődése az adott szakon tanultaktól nagyobb a valószínűsége a szakváltotatásnak.

Az első kérdésem azt kutattam, hogy milyen mértékben befolyásolták a szakváltást az alábbi tényezők (17. ábra).

17. ábra: A szakváltást befolyásoló tényezők



Forrás: saját szerkesztés

A személyes érdeklődés eltérése a tanultakból kategória (72,73%) volt a leginkább jelentős tényező a hallgatók döntéshozatalában, melyet az érdeklődés megváltozása követ 60,61%-kal. A követelmények nehézsége a válaszadók 39,40%-a szerint, míg a teljesítménnyel való elégedetlenség a válaszadók 33,33%-a szerint volt befolyással rájuk.

Az alábbi ábrán láthatóak szakonként bontva, hogy átlagosan mennyire befolyásolta a hallgatókat egy 1-5-ig terjedő skálán (1- egyáltalán nem, 5- teljes mértékben) a személyes érdeklődés eltérése a szakon tanultaktól (18. ábra).

18. ábra: A személyes érdeklődés és tananyag eltérésének befolyásoló hatása a szakváltást illetően



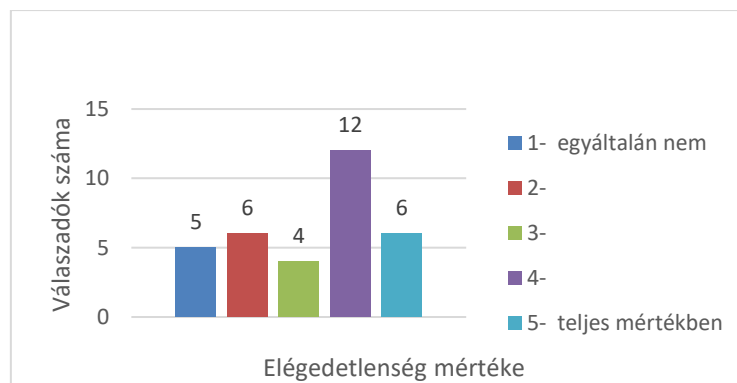
Forrás: saját szerkesztés

Ezen eredmények tudatában az 3. hipotézist elfogadom.

H4: A hallgató saját teljesítményével való elégedetlensége növeli a szakváltóztatás valószínűségét.

Arra a kérdésemre, hogy mennyire érezte az 1. szakján, hogy nem elégedett a teljesítményével 18 kitöltő (54,55%) nyilatkozta azt, hogy nem volt elégedett (19. ábra).

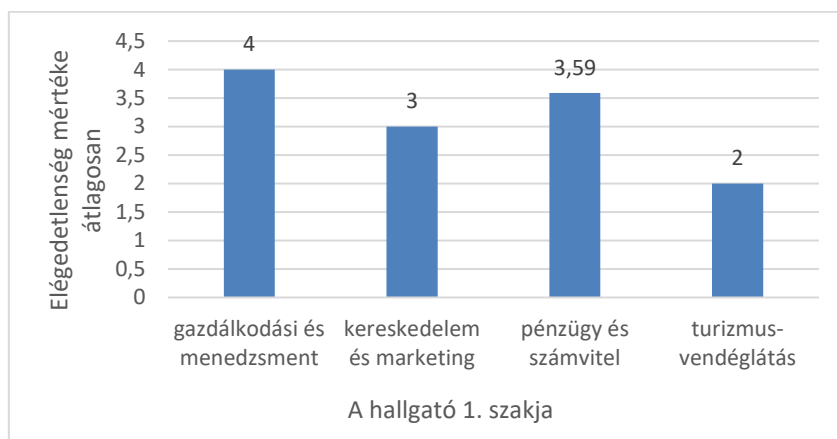
19. ábra: A hallgatók 1. szakon nyújtott teljesítményükkel való elégedetlenség mértéke



Forrás: saját szerkesztés

Az 1. szakon nyújtott teljesítményükkel átlagosan mennyire voltak elégedetlenek az egyes szak hallgatói (20. ábra):

20. ábra: A hallgatók 1. szakon nyújtott teljesítményükkel való elégedetlenség átlagos mértéke az egyes szakokon

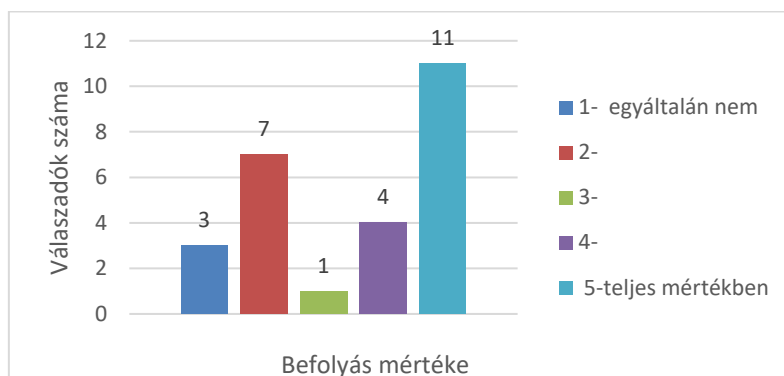


Forrás: saját szerkesztés

A turizmus-vendéglátás szakon levő hallgatóknál volt kimutatható a legalacsonyabb érték, azaz náluk volt a legkevésbé kimutatható a teljesítményükkel való elégedetlenség. A legmagasabb érték a gazdálkodási és menedzsment szakosok körében volt kimutatható, illetve őket követő pénzügy és számvitel szakosoknál, vagyis ők voltak a legkevésbé megelégedve az 1. szakjukon nyújtott teljesítményükkel.

A csúszás befolyása a szakváltásra, ahol a következő eredményeket kaptam (21. ábra):

21. ábra: A csúszás befolyása a szakváltásra

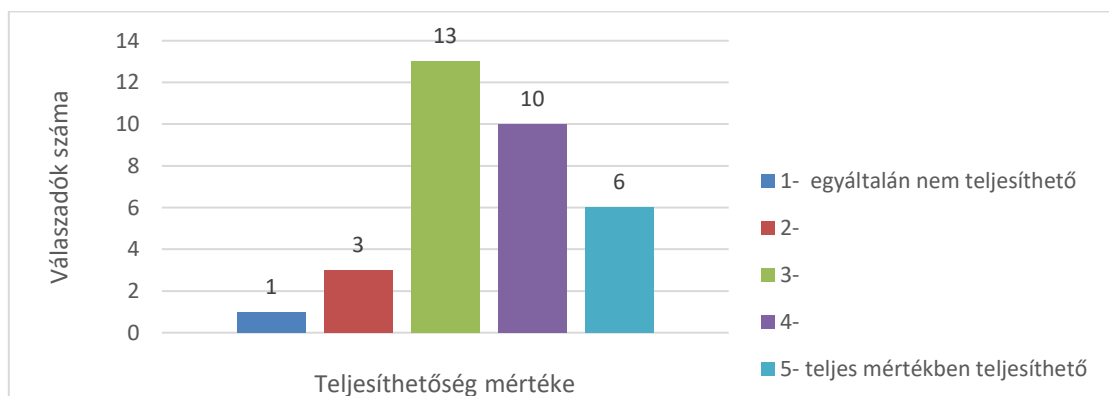


Forrás: saját szerkesztés

A kitöltők 78,8%-a nyilatkozta azt, hogy volt olyan tantárgya az 1. szakján, ami miatt csúszott volna félévet. Illetve közülük 15 fő (45,45%) nyilatkozta azt, hogy befolyással volt a szakváltására az, hogy csúszott volna a féléveivel. A szakot váltó hallgatóknál általában 1 vagy 2 félév csúszás volt kimutatható, persze volt olyan hallgató is, aki nem csúszott ennek köszönhetően. Illetve az is megállapítható, hogy aki a 4. féléve után váltott, annál átlagosan 2 félév csúszás volt.

Következő kérdésben a követelmények teljesíthetőségének mértékét vizsgáltam, ahol 16 fő (48,48%) nyilatkozta azt, hogy teljesíthetőnek gondolja, és 13 fő (39,39 %), aki közepes mértékben gondolja teljesíthetőnek (22. ábra).

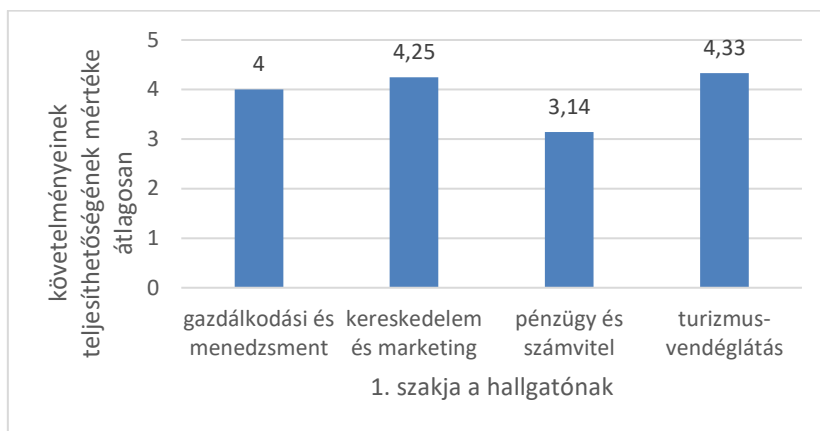
22. ábra: Követelmények teljesíthetőségének mértéke az SZTE GTK-n



Forrás: saját szerkesztés

Az 1. szak követelményeit átlagosan mennyire tartották teljesíthetőnek az egyes szak hallgatói (egy 1-5-ig terjedő skálán, 1-egyáltalán nem, 5-teljes mértékben) (23. ábra):

23. ábra: Az 1. szak követelményeinek teljesíthetőségének mértéke az egyes szakokon



Forrás: saját szerkesztés

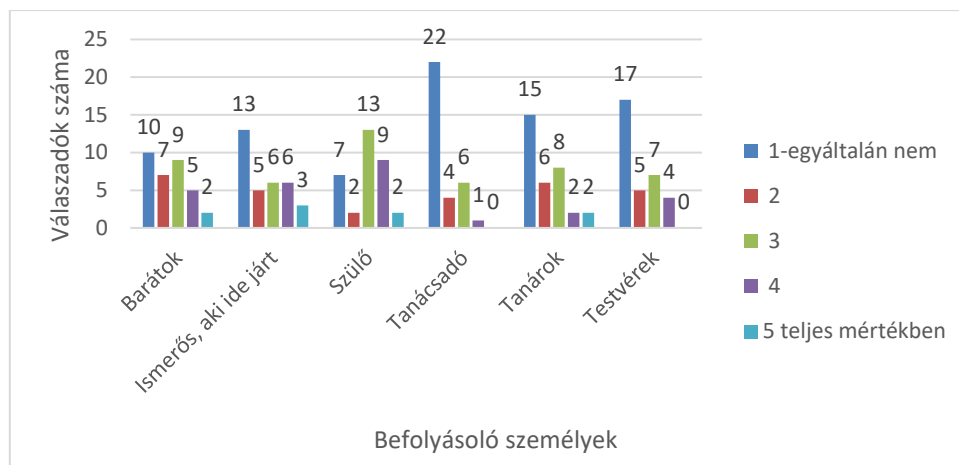
Ahogy az ábráról is leolvasható a pénzügy és számvitel szaknak a legnehezebb teljesíteni a követelményeit.

Ezen eredmények tudatában az 4. hipotézist elfogadom.

H5: A referenciacsoportok véleménye jelentős hatással van a felvételiző diákok szakválasztására.

A referenciacsoportok véleményének vizsgálatakor érdekelt, hogy mennyire voltak hatással az 1. szak kiválasztásakor az őket körülvevő személyek (24. ábra).

24. ábra: Az 1. szak kiválasztásában befolyásoló személyek

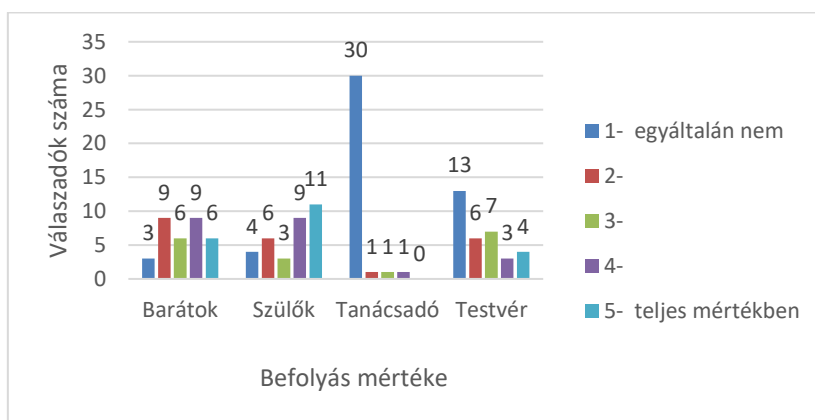


Forrás: saját szerkesztés

Az 1. szak kiválasztásakor a diákok többségét 66,67%-át nem befolyásolt a tanácsadó. A legtöbben, azaz 11 fő (33,33%) a szülők és a testvérek, illetve 9 fő (27,27%) a szakon vagy karon tanult ismerősök véleményét kérték ki. A barátoknál álláspontja kevésbé volt fontos a döntés meghozatalakor, a hallgatók több, mint fele (51,51%-a nem tartotta befolyásolónak).

Illetve kimutatható az is, hogy nem csak a szak választásában, hanem a szakváltoztatáskor is kikéri a hallgatók a környezetük véleményét (25. ábra).

25. ábra: Egyes személyek bevonása a szakváltoztatás döntésénél



Forrás: saját szerkesztés

Mindössze csak 3 megkérdezett (9,09 %) nyilatkozta azt, hogy volt tanácsadónál a 2. szak kiválasztásakor, és közülük 1 ember állította, hogy nagymértékben volt rá befolyással. A

legtöbb hallgató, azaz 20 fő (60,61%) állította azt, hogy a szüleinek kérte ki a véleményét a szakváltóztatáskor. Barátok véleménye is meghatározónak számított a kitöltők többségénél, azaz 45,45%-ánál. A testvérek véleményét illetően 19 fő (57,58 %) nyilatkozta azt, hogy nem tartotta relevánsnak az ő véleményüket a szakváltóztatáskor.

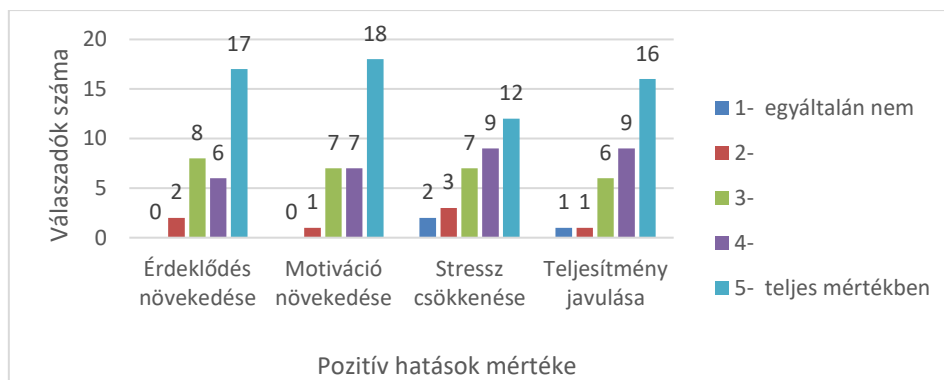
Ezen eredmények tudatában az 5. hipotézist elfogadom.

H6: A szakváltásnak több pozitív hozadéka van a szakot váltó hallgató számára, mint negatív.

A szakváltókat arról kérdeztem elsőként, hogy könnyűnek érezték-e az átjelentkezést, melyre a többség, azaz 90,9% igennel, és 9,1 % nemmel válaszolt.

Következő kérdésemben a pozitív hatásait vizsgáltam a szakváltásnak (26. ábra).

26. ábra: A szakváltóztatás pozitív hatásai az SZTE GTK-n

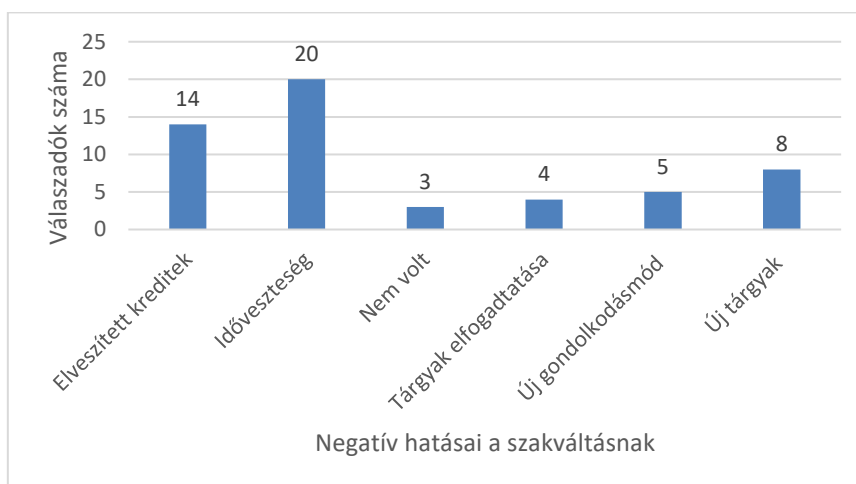


Forrás: saját szerkesztés

A szakváltóztatásnak egyértelműen voltak pozitív hatásai. A szakváltók 69,70 %-a szerint nagymértékben nőtt az érdeklődése. 75,76%-uk nyilatkozta azt, hogy nőtt a motivációja. A megkérdezettek közül 21 fő (63,64%) tapasztalta úgy, hogy csökkent számára a stressz. Illetve 25 fő (75,76%) nyilatkozta, hogy javult a teljesítménye a szakváltást követően.

A következő kérdésem a negatív hatásokra vonatkozott, ahol több válasz opciót megadhattak (27. ábra).

27. ábra: A szakváltóztatás negatív hatásai az SZTE GTK-n



Forrás: saját szerkesztés

A szakváltás negatív hatásait tekintve a kitöltők többsége (37,04%) az idővesztésről említette, a második legnagyobb érték az elvesztett krediteknél volt (25,93%), illetve (14,81%)

az új tárgyak nehézségeit említette. Mindössze csak 3 fő (9,09%) nyilatkozta azt, hogy nem volt negatív befolyása a szakváltásának.

A következő két kérdésem a szakváltóztatás felülvizsgálatára vonatkozott, ahol az 1. kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy a hallgató megbánta-e a szakváltóztatást, ahol 28 fő (84,85 %) nyilatkozta azt, hogy jó döntés volt a szakváltás, 2 fő (6,06%) szerint közepes mértékben volt jó, és további 3 fő (9,09%) szerint kevésbé volt jó döntés.

A 2. kérdésem pedig arra, hogy megbánta-e, hogy nem váltott előbb, ahol a szakot váltó hallgatók közül 24 fő (72,73%) nyilatkozta azt, hogy hamarabb váltott volna szakot, mint ahogy azt tette.

Ezen eredmények tudatában az 6. hipotézist elfogadom.

2. táblázat: A hipotézisek elfogadása/elvetése

Hipotézisek	Döntés
H1: A diákok felvételi előtti elvárásai jelentősen eltérnek a felvétel után szerzett tapasztalataiktól.	Elfogadva
H2: A megkérdezettek szerint kevés hangsúlyt fektet a kar arra, hogy jobban megismertesse a leendő hallgatóival az egyes szakokat az SZTE GTK-n.	Elfogadva
H3: Ha nagymértékben eltér a hallgató személyes érdeklődése az adott szakon tanultaktól nagyobb a valószínűsége a szakváltóztatásnak.	Elfogadva
H4: A hallgató saját teljesítményével való elégedetlensége növeli a szakváltóztatás valószínűségét.	Elfogadva
H5: A referenciacsoportok véleménye jelentős hatással van a felvételiző diákok szakválasztására.	Elfogadva
H6: A szakváltásnak több pozitív hozadéka van a szakot váltó hallgató számára, mint negatív.	Elfogadva

Forrás: saját szerkesztés

6. Fejlesztési javaslatok

A pályaválasztás és az oktatási intézmények közötti választás folyamata sok fiatal számára kihívást jelent. A kvalitatív és a kvantitatív kutatásom alanyai számos fejlesztési ötletet vetettek fel, amit ebben a fejezetben szeretnék ismertetni, melynek célja, hogy a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kara még jobban tudja segíteni a középiskolások számára az egyes szakok megismerését.

A kérdőív kitöltők nagyrésze 75,76% nem vett részt, és nem hallott az SZTE általi ingyenes tanácsadási lehetőségről, ami a középiskolásoknak, illetve aktív hallgatóknak szól, amely rávilágít arra, hogy mennyire nincs köztudatban ez a lehetőség. Ennek függvényében felmértem azt is, hogy jelenleg mennyire tartanák hasznosnak kikérni egy pályatanácsadó véleményét a kérdőív válaszadói közül több, mint fele, gondolta úgy, hogy érdemes lett volna régebben. A mélyinterjú alanyaik közül fele hallott erről a lehetőségről, és szinte mindegyikük érdemes lett volna részt venni tanácsadáson, ebből kifolyólag célszerű lenne az SZTE-n elérhető ingyenes tanácsadási lehetőséget népszerűsíteni. A megkérdezettek szerint akár középiskolákban közzétett plakátokkal, az intézményekben HÖK-ös hallgatók által tartott előadások keretében pályaaorientációs napon, illetve a kari nyílt napok megrendezésekor egyaránt. Emellett hasznos lenne a közösségi média felületeken is informálni a középiskolásokat a lehetőségről a pályaválasztási időszakban.

A megkérdezettjeim elvárásai és a tapasztalatai között jelentős mértékű eltérés volt az 1. szakjukon a gyakorlatorientáltságot tekintve. Véleményük szerint érdemes lenne nem csak képzeletbeli projektmunkákat csinálni, hanem az egyetemnek cégekkel együttműködni, amely által a hallgatók még valósabb tapasztalatot tudnának szerezni a munka világát illetően.

A szakváltók több, mint fele gondolta úgy, hogy érdemes lenne a karnak egy podcastet létrehozni, ami a felvételizőknek szólna, ahol többen helyeselték, hogy a végzős hallgatók számára el lehetne számolni a felsőoktatási marketingben való tevékenységüket szakmai gyakorlatként, ami tanári mentorálással jönne létre, mivel a hallgatók korosztályban közelebb állnak a középiskolásokhoz, ezáltal könnyebben tudnak azonosulni is velük.

A középiskolások számára indított gazdasági szakkörökről és az EcoCamp táborról a megkérdezettek háromnegyede nem hallott, ebből kifolyólag a tájékoztatásra nagyobb hangsúlyt fektetni, és célszerű lenne közösségi médián a jelentkezési időszakban jobban reklámozni, akár kitűzni az Instagram felületére is abban az időszakban, illetve nyílt napokon is felhívni rá a figyelmet. Továbbá, a résztvevők létszámának bővítése is érdemes lenne, akár online közvetítés is lehetne az egyes szakköröknél.

Javasolt lenne hangsúlyozni a GTK nyílt napjának hirdetésekor a mini kurzusokon való részvétel lehetőségét, mely által még nagyobb betekintést kap a szakokról, és arról, hogy melyik áll hozzá legközelebb. A teremkapacitás korlátjai miatt a mini kurzusok akár online formátumban is nézhetőek lennének, illetve felkerülnének a GTK YouTube csatornájára, ahol visszanézhetőek lennének.

Továbbá hasznos lenne a nyílt napon kívül még lehetőséget biztosítani a felvételizők kérdéseinek feltevésére. Célszerű lenne létrehozni Instagramon kérdezz-felelekert tartani élő közvetítésben, ahol az érdeklődők közvetlenül kérdezhetnék az egyetem szakjairól írásban, amely később TikTokra és Instagramra is kikerülne videó formájában.

Egyes kiemelkedő projektfeladat végeredményébe való betekintés motiváló hatással lenne a nyílt napon részt vevőkre, illetve kézzelfoghatóbbá válna számukra az, hogy egyes szakokon mivel foglalkoznak.

TikTokon fent levő 1 perces szakokról szóló videókból nehezen lehet megítélni, hogy az adott hallgatónak való-e, érdemes lenne több részes videós sorozatot készíteni az egyes szakok mélyebb rétegű bemutatására és Instagramon megosztani a pályaválasztás időszakában.

Az Exceles mintatanterv közzététele is segítené a felvételizőket abban, hogy ne legyen akkora különbség az elvárásaik és tapasztalataik között, illetve a fent levő ábrákon fontos lenne feltüntetni, hogy melyik kötelező, kötvál stb. a könnyebb megértés érdekében akár TikTokon is lehetne egy videót feltölteni, amely által könnyen értelmezhetővé válna a felvételizők, illetve aktív hallgatók számára egyaránt.

Továbbá a jövőbeli elhelyezkedési lehetőségeket is fontos kiemelni pl. az SZTE GTK YouTube csatornáján fenn levő egyes szakokon tanító tanárok életpályájáról szóló „Mi leszek, ha nagy leszek?” sorozatból akár rövid videós részeket érdemes lenne megosztani TikTokon és Instagramon.

A megkérdezettek többsége nem találkozott a felvételizők számára készült weboldallal, ebből kifolyólag a weboldal elérhetőségét hivatkozás formájában célszerű lenne elhelyezni az SZTE GTK közösségi felületein, hogy minél több emberhez eljusson.

Sokan úgy gondolják, hogy jobban kellene felhívni a hallgatók figyelmét a szakváltás lehetőségére, annak folyamatára, és akár személyesen megrendezett alkalmakat tartva, ahol feltehetnék a kérdéseiket. Emellett a már elért kreditek elismerésének átláthatóbbá tétele is elengedhetetlen, mivel többen nyilatkoztak arról, hogy csúsztak a szakváltás miatt, mivel viszonylag későn informálódtak az egyes határidőkről, illetve a kreditek elfogadásának menetéről. Emellett célszerű lenne az SZTE GTK weboldalán egy külön platformot létrehozni, ahol a hallgatók könnyen nyomon követhetik a szakváltás feltételeit és lehetőségeit.

7. Összegzés

Szakdolgozatomban azt vizsgáltam meg, hogy milyen tényezők befolyásolják az SZTE GTK-s nappali tagozaton tanuló hallgatókat a szakváltztatásban, s ennek milyen pozitív vagy negatív hozadékai vannak.

A dolgozatom első felében foglalkoztam a felsőoktatással Magyarországon, illetve a gazdasági alapszakok helyzetével, majd meghatároztam a felsőoktatási marketinget a nonbusinessen belül. Szó volt a felsőoktatási intézménybe jelentkezőknek intézmény, és szakválasztásáról, illetve arról, hogy honnan informálódnak. Ezután rátértem a motivációra, s annak típusaira. Végül meghatároztam az elégedettséget, és összehasonlítottam a hallgatók szakokkal kapcsolatos előzetes elvárásait és a tapasztalatait, mely után zárásként a szakváltztatást és annak hatásait taglaltam. A szakirodalmi áttekintést után tértem át a primer kutatásom bemutatására.

A kutatott témám összetettségéből adódóan fontosnak tartottam minél több személy szemszögéből megvizsgálni az öt befolyásoló tényezőket. A primer kutatásomnál ebből kifolyólag mind kvalitatív és kvantitatív kutatást végeztem az okok minél mélyebb rétegű feltárása érdekében. A kvantitatív kutatás a kvalitatív kutatásom egyfajta kiegészítéseként jelent meg. A mélyinterjú és a kérdőív kérdéseinek megalkotásához Árváné-Ványi et al. (2017) és Berki–Révész (2013) tanulmányát használtam fel, amit kiegészítettem az SZTE GTK közösségi oldalain, weboldalán végzett kutatómunkával, ahol az SZTE GTK felsőoktatási marketingjét vizsgáltam. A kvalitatív kutatást hamarabb bonyolítottam le, mint a kvantitatívat, mivel szerettem volna az interjúalanyaimtól kapott válaszokra építeni, és azt tovább vizsgálni egy nagyobb létszámnál. Google Űrlap által szerkesztett kérdőívemet az SZTE GTK egyes évfolyamjainak Facebook csoportjaiban tettem közzé, illetve az SZTE GTK Tanulmányi Osztály segítségével került kiküldésre az általam összeállított kérdőív.

A Tanulmányi Osztály által kiderült, hogy az elmúlt 2 évben 90 fő váltott úgy szakot, úgy, hogy kereskedelem és marketing vagy gazdálkodási és menedzsment szakra váltott át, vagyis a szakváltók létszáma is megerősíti azt, hogy érdemes és fontos ezzel a témával foglalkozni.

A kérdőívem felépítését tekintve témakörönként szakaszokra bontottam, ahol az 1. szakasznál a kitöltő 1. szakjára vonatkozó általános kérdéseket tettem fel, melyet követtek a második szakjára vonatkozó kérdések. Ezt követte a pályaválasztásra vonatkozó rész, ahol külön figyelmet szenteltem annak, hogy mikor vált véglegessé a szakválasztásuk, és milyen tényezők és személyek voltak hatással rájuk. A harmadik témakör a tanácsadás volt, illetve az elképzelés és elvárások közti különbség, ahol kitértem az SZTE által kínált tanácsadás

lehetőségére is, hogy mennyire ismerik, illetve informálódni arról, hogy ők hogyan informálódtak felvételikor, illetve milyen újítási lehetőségeket tudnának még elképzelni a karon. Majd ezután felmértem a tapasztalataikat az 1. választott szakon, és a teljesítményükkel való elégedetlenség mértékét. Ezt a szakváltási döntés témakör követte, ami az okainak, és azok befolyásoló mértékének feltérképezésére fókuszált. Ezt követően a személyes érdeklődést vizsgáltam az 1. szak tantárgyai iránt, illetve a hallgatók szerinti gyakorlatorientáltságot a szakon. Ezenfelül fontosnak tartottam a szakváltás pozitív és negatív hatását is vizsgálni, illetve, hogy mennyiben változtak meg a szakmai terveik.

Kutatási korlátként jelenik meg a szakdolgozatomban, hogy magyar viszonylatban eddig csak a hallgatói elégedettséget és motivációt, illetve lemorzsolódását vizsgálták, azaz nem érintették a szakváltást, ebből kifolyólag külföldi tanulmányokat vettem alapul. Ezenfelül az alacsony kitöltés szám is korlátként jelenik meg, mivel csak 33 szakváltó töltötte ki az általam összeállított kérdőívet, ami az idő szűkének is köszönhető, illetve az, hogy a mélyinterjú alanyaik közül volt olyan fő, aki nem tudott részt venni, így csak 7 fővel tudtam vizsgálni. A vizsgált mintám nem számít reprezentatívnak, mivel nem tudom pontosan meghatározni, hogy mekkora az alapsokaság, és a kérdőívem se lett minden szakváltó számára kiküldve.

A kutatásom során arra jöttem rá, hogy lehet különbség a szakváltás mögött húzódó motivációk között, azonban az a konklúzió vonható le, hogy mind a teljesítménnyel való elégedetlenség, a szülői nyomás, mind az érdeklődés eltérése szerepet játszik benne. Azonban a személyes érdeklődés tananyagtól való eltérése volt a legnagyobb befolyással a szakváltókra. A kutatásom alanyai szerint érdemes lenne még inkább kibővíteni az egyetemi marketing eszközeinek, és platformjainak skáláját, hogy még jobban tudja segíteni a felvételizőket pályaválasztáskor. A felsőoktatás szolgáltatás jellege miatt még inkább nagyobb szükség van az informálásra, és a bizalom építésére, és valamilyen szinten a felvételizők számára tapasztalási lehetőségek nyújtására, hogy a számukra legmegfelelőbb szakot válasszák ki.

Úgy gondolom, hogy szakdolgozatom rávilágított néhány olyan tényezőre, és fejlesztési pontra, melyek hozzájárulhatnak az egyetem, illetve más felsőoktatási intézmények jövőbeli fejlődéséhez. Ezenfelül bízom abban, hogy a jövőben az intézmény az általam végzett kutatást tovább fogja vinni, és egy nagyobb kitöltőszámmal le fogja tudni bonyolítani.

Somogyi Kitti

Somogyi Kitti

Irodalomjegyzék

Az FSA támogatásával a Dunaújvárosi Egyetem vezetésével a Hallgatói Sikeresesség Támogatása projekt keretében a Hallgatói Önkormányzatok Országos Konferenciája és a Felsőoktatási Tanácsadás Egyesület (2016): *A hallgató sikerességét akadályozó tényezők és azok intervenciói*. Budapest.

<https://docplayer.hu/17858799-A-hallgatoi-sikeresseget-akadalyozo-tenyezok-es-azok-intervencioi.html> (Letöltve: 2024.03.04.)

Árváné Ványi G. – Katonáné Kovács J. – Popovics P.– Gál T. (2017): A Z generáció felsőoktatással kapcsolatos motivációinak és elvárásainak vizsgálata. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 4, 1-13.o.

https://www.researchgate.net/publication/317999928_Examination_of_Z_generation's_motivation_and_expectations_on_higher_education (Letöltve: 2024.03.14)

Barkóczi I. – Putnoky J. (1984): Tanulás és motiváció. Tankönyvkiadó Vállalat, Budapest.

Bekéné Zelencz K. (2012): A tanulási motiváció kialakulását segítő pedagógus attitűdök. *Új pedagógiai szemle*, 9-10. sz. 141-144.o.

<https://epa.oszk.hu/00000/00035/00154/pdf/> (Letöltve: 2024.03.20.)

Benke M. (2018): Motivációs elméletek elemzése, fókuszban az önmeghatározás elmélet = Analysis of Motivation Theories Focusing on the Self-Determination Theory. *Taylor*, 10, 105-114.o.

<https://www.iskolakultura.hu/index.php/taylor/article/view/13152> (Letöltve: 2024.03.20.)

Berki V. – Révész B. (2013): Felsőoktatási marketing egy változó világban.

(Letöltve: 2024.03.26.)

Berki V. – Révész B. (2017): A felsőoktatásba jelentkezők információs preferencia alapú szegmentálása egy magyar egyetem példáján. In Vilmányi M. – Kazár K. (szerk.): *Menedzsment innovációk az üzleti és a nonbusiness szférákban*. SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 97–118. o.

<https://acta.bibl.u-szeged.hu/57693/> (Letöltve: 2024.03.20.)

Dinya L. – Farkas F. – Hetesi E. – Veres Z. (2004): *Nonbusiness marketing és menedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Fejes J. B. (2015): *Célok és motiváció. Tanulási motiváció a célorientációs elmélet alapján*. Gondolat Kiadó, Budapest.

[Célok és motiváció. Tanulási motiváció a célorientációs elmélet alapján - REAL - az MTA Könyvtárának Repozitóriuma](#) (Letöltve: 2024.03.04.)

Gergely É. – Nagy R. (2015): Gazdasági szakos hallgatók tanulási motivációjának és személyes kompetenciáinak vizsgálata. In *Közép-Európai Közlemények*, 8,4, 197–205.o.

<https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/vikekkek/article/view/12337/12196>

(Letöltve: 2024.03.29.)

Gordon, V. N. – Steele, G. E. (1992): Advising major-changers: Students in transition. *NACADA Journal*, 1, 22–27. o.

https://www.academia.edu/37691250/Advising_Major_Changers_Students_in_Transition

(Letöltve: 2024.09.21.)

Hajdu F. (2020): Z generációs egyetemi hallgatók motivációjának vizsgálata a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar és Informatikai Kar hallgatói köréből vett mintán. *Régiókutatás Szemle*, 2,81-91.o.

https://www.researchgate.net/publication/370987707_Z_generacios_egyetemi_hallgatok_motivaciojanak_vizsgalata_a_Debreceni_Egyetem_Gazdasagtudomanyi_Kar_es_Informatikai_Kar_hallgatoi_korebol_vett_mintan (Letöltve:2024.09.25.)

Hetesi E. (2010): A marketing információs rendszer és a felsőoktatási elégedettségi kutatások módszertani problémái. In Töröcsik M. – Kuráth G. (szerk.): *Egyetemi marketing. Marketing a felsőoktatásban*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 103-122.o.

<https://pte.hu/hu/felsooktatasmarketing> (Letöltve: 2024.03.04.)

Hetesi E. – Veres Z. (2016): *Nonbusiness marketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

<https://mersz.hu/hetesi-veres-nonbusiness-marketing/>

Hrubos I. (2010): Nemzetközi trendek a felsőoktatásban. In Töröcsik M. – Kuráth G. (szerk.): *Egyetemi marketing. Marketing a felsőoktatásban*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 23-34.o.

<https://pte.hu/hu/felsooktatasmarketing> (Letöltve: 2024.03.04.)

Jaradat, M. S. (2017). Reasons influence students' decisions to change college majors. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3, 57-65. o.

https://www.researchgate.net/publication/331564408_Reasons_Influence_Students'_Decisions_to_Change_College_Majors Letöltve: (2024.09.21.)

Józsa G. (2021): Szakközépiskolából a felsőoktatásba: lemorzsolódási veszélyek vizsgálata egy pilotmérés alapján. *Iskolakultúra*, 7-8, 88–103. o.

<https://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/34602>
(Letöltve:2024.03.0.)

Kéri A. – Hetesi E. (2016): Külföldi hallgatói motivációk, elvárások és jövőbeli tervek. Miért fontos ezek ismerete a magyar felsőoktatás számára? In Fehér A. – Kiss V. Á. – Soós M. – Szakály Z. (szerk.): *EMOK XXII. Országos konferencia 2016 Tanulmánykötet*. Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Debrecen. 245-254.o.

<https://publicatio.bibl.u-szeged.hu/16280/> (Letöltve: 2024.03.18.)

Konczosné Szombathelyi M. (2005): Egyetemi marketing. In Habil Józsa L. – Habil Varsányi J. (szerk.): *Marketingoktatás és kutatás a változó Európai Unióban*. Széchenyi István Egyetem, Győr. 296–306.o.

<https://emok.hu/hu/tanulmanykereso/tanulmanykereso/d62:egyetemimarketing?author=&fulltext=Konczosn%C3%A9%20Szombathelyi%20M%C3%A1rta:%20Egyetemi%20marketing%20%20&year=&collection=> (Letöltve: 2024.03.04.)

Kopcsay L. (2016): *A marketingcsatorna menedzselése*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

<https://mersz.hu/kiadvany/109/info/>

Kuráth G. – Sipos N. (2019): A hazai felsőoktatási jelentkezési döntések változása. A regionális hatás. *Tér és Társadalom*, 1, 173-184.o.

<https://tet.rkk.hu/index.php/TeT/article/view/3073/5196> (Letöltve: 2024.03.04.)

Lengyel I. (2021): *Látélet a hazai közgazdasági felsőoktatásról az egyetemek fenntartóváltása előtt*. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged.

<https://acta.bibl.u-szeged.hu/76958/> (Letöltve: 2024.02.23.)

Máté Cs. H. (2018): Egyetemi hallgatók tanulási motivációinak vizsgálata. In Csiszárík-Kocsir Á. – Garai-Fodor M. (szerk.): *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VIII. /1. Integrált*

vállalkozásfejlesztési megoldások. Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, Budapest. 181-194.o.

Meyer, J. – Leuze, K. – Strauss, S. (2021): Individual achievement, person-major fit, or social expectations: Why do students switch majors in German higher education? *Research in Higher Education*, 2, 222-247.o.

https://www.researchgate.net/publication/353257581_Individual_Achievement_PersonMajor_Fit_or_Social_Expectations_Why_Do_Students_Switch_Majors_in_German_Higher_Education (Letöltve: 2024.09.21.)

Morris, P. – Castro-Faix, M. – Hengtgen, K. – Rapp, K. – Winkler, C. – Xu, T. (2023): Virtues of academic exploration: Impact of major changes on degree completion. *Journal of College Orientation, Transition, and Retention*, 1, 1-20.o.

https://www.researchgate.net/publication/370543330_Virtues_of_Academic_Exploration_Impact_of_Major_Changes_on_Degree_Completion (Letöltve: 2024.09.21.)

Papp I. (szerk.) (2017): *Szolgáltatási menedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Piskóti I. (2014): S2B és a B2S-marketing disszonanciája az innováció mentén. In Piskóti I. (szerk.): *Marketingkaleidoszkóp 2014: Innovációvezérelt marketing: Tanulmányok a Marketing Intézet kutatási eredményeiből*. Miskolci Egyetem Marketing Intézet, Miskolc, 175-189.o.

Rekettye G. – Szűcs K. (2002): A szolgáltatásminőség mérése – hallgatói elégedettség a Pécsi Tudományegyetemen. In Hetesi E. (szerk.): *A közszolgáltatások marketingje és menedzsmentje*. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei 2002. JATEPress, Szeged, 152-167. o.

Rosta M. (2022:) *A magyar felsőfokú közgazdaság-tudományi oktatás helyzete. Az MTA IX. osztálya Közgazdaság-tudományi Bizottságának ülése, 2022. január 13.* Tudományos Tájékoztató, *KÖZGAZDASÁGI SZEMLE*, 6, 781-786. o.

<https://real.mtak.hu/143411/> (Letöltve: 2024.04.03.)

Ryan, R. M. – Deci, E. L. (2000): Intrinsic and extrinsic motivation: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 54–67. o.

https://www.researchgate.net/publication/289963001_Intrinsic_and_Extrinsic_Motivations_Classic_Definition_and_New_Directions (Letöltve: 2024.03.04.)

- Simon J. –Veres Z. (2010): *Marketing az egészségügyben*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Szántó Sz. (2019): Fogyasztói elégedettség az elmélet és a gyakorlat szempontjából. *Marketing & Menedzsment* 2003/5, 5, 26–41. o.
- <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1458> (Letöltve: 2024. 03.25.)
- Tátrai-Németh K. – Csajbókné Csobod É. – Czékmán E. (2020): *Élelmészeti Menedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Törőcsik M. (2010): A fiatalok fogyasztói magatartása – az egyetemek fő célcsoportjának megértése. In Törőcsik M. – Kuráth G. (szerk.): *Egyetemi marketing. Marketing a felsőoktatásban*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 123–141. o.
- <https://pte.hu/hu/felsooktatasmarketing> (Letöltve: 2024.03.04.)
- Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Brière, N. M., Senecal, C., & Vallières, E. F. (1992): The Academic Motivation Scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 4, 1003–1017.o.
- https://www.researchgate.net/publication/209836138_The_Academic_Motivation_Scale_A_Measure_of_Intrinsic_Extrinsic_and_Amotivation_in_Education
- Veres Z. (2017): *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*. Akadémiai Kiadó, Budapest

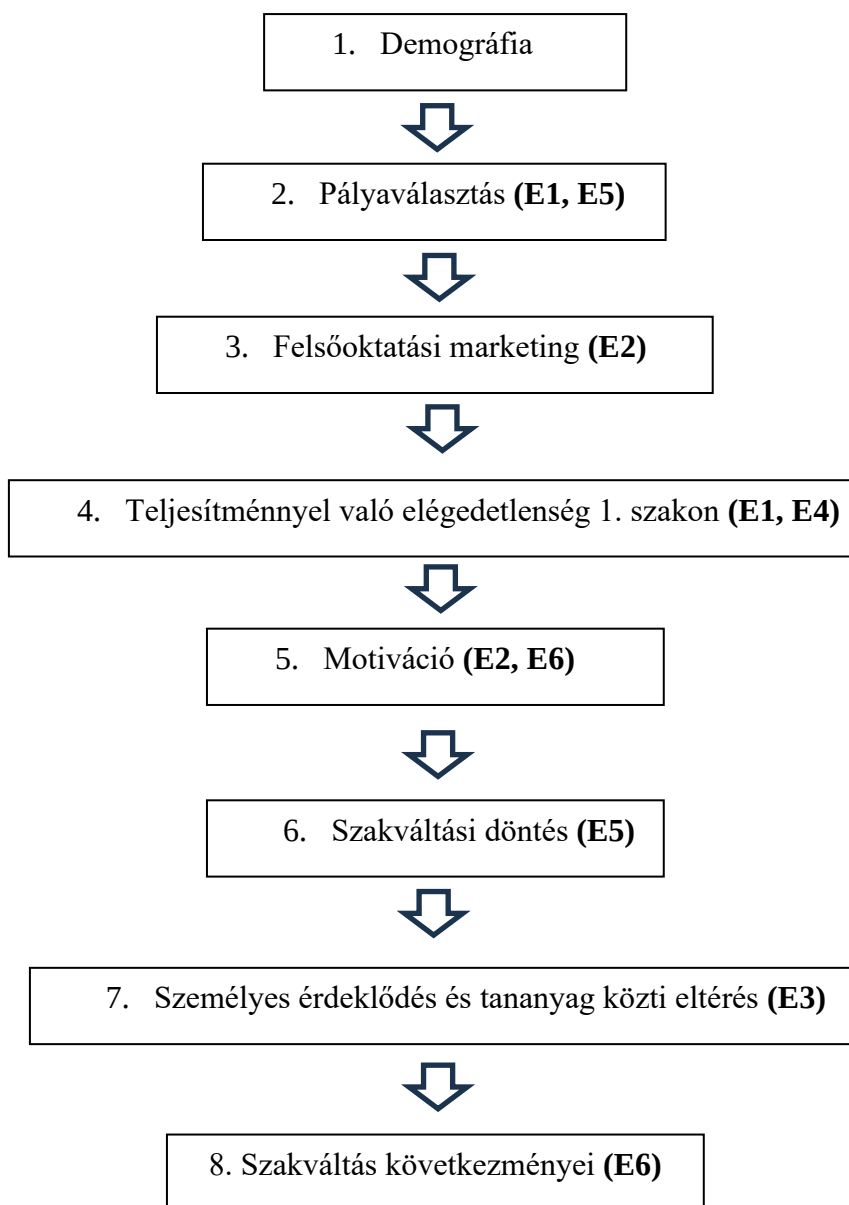
Mellékletek

A kérdőív

Az eléréséhez tartozó link:

https://docs.google.com/forms/d/1ILL8UODBhF40HT3hBFcKnxYu0kA8MASMVTd4PR0qYE/edit?usp=drive_web

28. ábra: A kérdőív felépítése



Forrás: saját szerkesztés

A mélyinterjú kérdései

1. Demográfia

2. Mi a keresztnéved?
3. Mi a lakhely?
4. Hány éves vagy?
5. Milyen szakon tanultál az 1. szakodon? Mikor kezdted?
6. Hány félévet végeztél el az első szakodon?
7. Milyen szakos hallgató vagy jelenleg?
8. Végeztél-e már az egyetemen? Ha igen, akkor mikor?
9. Hanyadik féléved van jelenleg ezen a szakon?
10. Mi a szülők legmagasabb iskolai végzettsége?
11. Milyen volt az 1. és 2. szakodon a képzés finanszírozási formája?

2. Pályaválasztás és előzetes elvárások (E1, E5)

1. Miért választottad az első szakodat? Mi vonzott leginkább benne?
2. Mikor tetszett meg? Mikor vált véglegessé benned, hogy erre jelentkezel?
3. Töltöttél ki esetleg továbbtanulással kapcsolatos orientációs tesztet vagy voltál tanácsadónál esetleg?

4. SZTE-n is van ingyenes tanácsadási lehetőség középiskolásoknak, illetve hallgatóknak. Mit gondolsz hasznos lett volna szakválasztáskor részt venni rajta?

Mit gondolsz hasznos lenne-e a középiskolásoknak⁵ és az aktív egyetemi hallgatóknak⁶ a pályatanácsadási lehetőséget jobban hangsúlyozni az SZTE-nek? Ha igen, akkor hogyan tudnád elképzelni?⁷

5. Volt-e olyan személy, aki hatással volt rád az 1. szak kiválasztásának döntésében?
6. Milyen tényezők befolyásoltak téged az 1. szak választásakor (pl. jövőbeli szerteágazó lehetőségek, jó fizetés, könnyű elhelyezkedés, presztízs, kreatív legyen stb.)?
7. A szak amire váltottál (azaz a második szakod) akkor is tetszett?
8. Változtattál-e a felvételi jelentkezésed leadása után sorrendet, ami a szakokat érintette?
9. Milyen elvárásaid, elképzeléseid voltak az első szakoddal kapcsolatban? Mennyiben feleltek meg a tapasztalataid a szak választásakor kialakult elképzeléseidnek?

⁵ <https://u-szeged.hu/sztekarrier/tanacsadasok/palyatervezes-kozepiskolas>

⁶ <https://u-szeged.hu/sztekarrier/tanacsadasok/palyatervezesi>

⁷ <http://www2.u-szeged.hu/kepzesi-teszt/index.php>

3. Felsőoktatási marketing (E2)

1. Honnan informálódtál a pályaválasztás időszakában az 1.-nek választott szakodról? (Berki–Révész 2013, 540.o.).

2. Melyik volt számodra a leghasznosabb információ szerzés szempontjából?

5. Részt vettél-e nyílt napon?

-Ha igen, hasznos volt-e számodra, és mi miatt?

-Hallottál-e arról, hogy bevezették a nyílt napon úgynevezett kb. 30 fős létszámkorlátú, 20 perces mini kurzusokon való részvétel lehetőségét is? Mit gondolsz mennyiben segítenek a jelentkezőknek az egyes szakok mélyebb rétegű megismerésében, és a végső szak kiválasztásban a nyílt napon levő mini kurzusok?

-Hogy lehetne szerinted betekintést adni azok számára is, akik nem tudtak részt venni a nyílt napon és az egyes mini kurzusokon?

6. Hallottál-e már az SZTE GTK által indított középiskolásoknak szóló gazdasági szakkörökről?⁸

-Mit gondolsz mennyiben segíti a szakkör lehetősége azokat a felvételiző diákokat, akik nem tudják eldönteni, hogy melyik gazdasági szak illik legjobban hozzájuk?

-Nagyobb hangsúlyt kellene szerinted fektetni az erről való tájékoztatásra?

9. Hallottál-e az EcoCampról?⁹

-Érdemes lenne szerinted nagyobb hangsúlyt fektetni az EcoCamp lehetőségnek a reklámozására? Ha igen, akkor hogyan?

-Mit gondolsz mennyiben segíti azokat a felvételiző diákokat, akik nem tudják eldönteni, hogy melyik gazdasági szak illik legjobban hozzájuk?

10. Meg lehetne oldani valahogy, hogy többen is részt tudjanak venni, mint a korlát?

11. Mit gondolsz hogyan lehetne jobban bemutatni a felvételizők számára, hogy a szakok főbb óráin mivel foglalkoznak? Mennyire lehetne a projektfeladatokba betekintést adni nekik?

12. Mennyire tartanád jó ötletnek az SZTE GTK-nak egy Podcastet létrehozni, ahol olyan témákról lenne szó, ami a felvételizőknek szól?

- Szerinted milyen személytől lenne a leghatásosabb az információ közvetítés felénk?

⁸ <https://eco.u-szeged.hu/felvetelizoknek/szakkorok/2024-osz-240912-1>

⁹ <https://eco.u-szeged.hu/ecocamp/program/program-231006>

15. Mit gondolsz mennyire merik feltenni a kérdéseiket a felvételizők a szakokkal kapcsolatosan? Hogyan segíthetünk nekik, ha nem tudnak részt venni a nyílt napon? Érdemes lenne a megválaszolt kérdéseket megosztani, ha igen, akkor hol?

16. Mit gondolsz mennyire követik a felvételizők az SZTE GTK Instagram felületét, érdemes lenne-e szerinted ott is bizonyos információkat megosztani az egyes GTK-s szakokról?

17. Mit gondolsz a TikTokon fent levő videókról, ahol 1 percben mutatják be az egyes GTK-s szakokat (turizmus-vendéglátás¹⁰, gazdálkodási és menedzsment¹¹, kereskedelem és marketing¹²? Meg tudnád ítélni a videók alapján, hogy neked való-e a szak?

-Kit tudnál elképzelni hiteles személynek arra, hogy bemutassa? Milyen felületen tennéd közzé a szakokról szóló videókat?

19. Mit gondolsz mennyiben fedí le az SZTE GTK weboldalán fenn levő képzés felépítéséről szóló ábra az egyes szakokon tanított tantárgyakat? ¹³

20. A YouTube-n fenn levő egyes szakokon (kereskedelem és marketing¹⁴, gazdálkodási és menedzsment¹⁵, turizmus-vendéglátás¹⁶, pénzügy és számvitel¹⁷ tanító tanárok életpályájáról szóló „Mi leszek, ha nagy leszek?” sorozat mennyire hasznos szerinted a felvételizőknek?

-Érdemes lenne-e megosztani esetleg ezeket más felületen is, ha igen, akkor hol, és miért ott?

21. GTK által felvételizőknek szóló weboldalt láttad-e már? Ha nem, akkor hogy lehetne minél több középiskolához eljuttatni?¹⁸

4. Teljesítménnyel való elégedetlenség az 1. szakon (E1, E4)

1. Érezted-e azt, hogy nem vagy elégedett a teljesítményeddel az első szakodon?

(Berki–Révész 2017).

2. Mennyire volt teljesíthető számodra a követelmény egyes tantárgyakból? (Berki–Révész 2017).

3. Volt -e olyan tantárgyad, ami miatt csúsznál valamennyit?

5. Motiváció (E3, E6)

¹⁰ https://www.tiktok.com/@szte.gtk/video/7099721428055919877?_t=8qBo7guT4nR&_r=1

¹¹ https://www.tiktok.com/@szte.gtk/video/7107566938615745798?_t=8qBo6mSqrB3&_r=1

¹² https://www.tiktok.com/@szte.gtk/video/7113830025664711942?_t=8qBo6AMcuBd&_r=1

¹³ <https://eco.u-szeged.hu/oktatas/kepzesek/szint-szerint/alapkepzesek/alapkepzesek>

¹⁴ https://www.youtube.com/watch?v=Kkp-ZELXQZg&ab_channel=SZTEGTK

¹⁵ https://www.youtube.com/watch?v=FdG0RSHLgIM&ab_channel=SZTEGTK

¹⁶ https://www.youtube.com/watch?v=4dqqFvdlrkk&ab_channel=SZTEGTK

¹⁷ https://www.youtube.com/watch?v=c-15FGU4AeM&ab_channel=SZTEGTK

¹⁸ <https://www2.eco.u-szeged.hu/felveteli/>

1. Mik motiváltak a továbbtanulásban? (Árváné-Ványi et al. 2017, 7.o.)

6. Szakváltási döntés (E5)

1. Mennyi időt vártál vele mielőtt elhatároztad, hogy szakot váltasz?
2. Kikérted valakinek a tanácsát a szakváltáskor (pl. barát, családtag, pár, tanácsadó)?
3. Mi volt az oka annak, hogy úgy döntöttél, szakot váltasz a gazdasági szakon belül?
4. Támogattak a szüleid a szakváltásban? Mennyiben befolyásolták a 2. szak választását?
5. Kaptál-e segítséget vagy tanácsot az egyetemtől a döntés meghozatalában?
6. Hogyan lehetne jobban támogatni szerinted a jövőben azokat a hallgatókat, akik fontolgatják a szakváltást GTK-n?

7. Személyes érdeklődés és tanított tananyag közti eltérés (E3)

1. Mennyire érdekelték téged az egyes tantárgyak?
2. Mennyire érezted relevánsnak az oktatott tantárgyakat a jövőbeli karrierterveid szempontjából?

8. Pozitív és negatív következményei szakváltásnak (E6)

1. Könnyű volt átjelentkezni?
2. Milyen pozitív hozadéka volt a szakváltásnak?
3. Jobban érzed magad az új szakon? Kevesebb stresszt élsz át?
4. Mit érzel, nőtt a tanulási motivációd az új szakod által?
5. Közelebb áll a személyes érdeklődésedhez a szakon tanított tananyag?
6. Jobb lett a teljesítményed az új szakon?
7. Könnyen sikerült beilleszkedned?
8. Voltak-e negatív hatásai a szakváltásnak?
9. Mennyire volt könnyű elismertetni a már megszerzett kreditjeidet?
10. Mennyivel később fogsz tudni így végezni, mint, ahogy tervezted?
11. Hogyan befolyásolta a szakváltás a szakmai terveidet vagy karriercéljaidat?
12. Megbántad-e, hogy szakot váltottál vagy azt, hogy nem váltottál előbb?

Lezajlott a 2024-es EcoCamp tábor a GTK-n!

2024. július 8-12. között került megrendezésre a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán az EcoCamp középiskolás tábor, amely izgalmas és tartalmas programokkal várta a résztvevő diákokat. A tábor célja az volt, hogy a fiatalok részletesen megismerjék a GTK képzéseit, továbbá inspirálja őket a gazdas... Tovább



Érdekel a gazdaságtudomány? 🤔 Elgondolkodtál azon, hogy az SZTE GTK-ra járj? 🤔
Esetleg szívesen megismernéd az oktatóinkat? 🤔

Akkor jelentkezz szakköreinkre, és gazdagodj élménnyel 🤗, tudással 🤗, valamint 🌟 felvételi pontokkal 🌟!

Mit takarnak ezek a szakkörök?

- 🌟 Havonta átlagosan egy hétvégi 3-4 órás programot
- 🌟 Interaktív feladatokat
- 🌟 Oklevelet a teljesítésről
- 🌟 Intézményi pontszerzési lehetőséget

! Jelentkezz 2024. október 6-ig !

Légy Te a jövő közgazdásza! 🤖

További részletekért látogass el a weboldalunkra 🌟:

<https://eco.u-szeged.hu/felvetelizoknek/szakkorok/2024-osz-240912-1>



Kedves Érdeklődők!

A Nyílt napunk alkalmával a 20 perces Szakos tájékoztatókon kívül Minikurzusokra tudtok majd regisztrálni. 🤗 Mindegyik szakterületbe betekintést tudtok majd nyerni.

Ezek az előadások közül tudtok majd választani:

- 🔪 Smart pénzügyi-gazdasági vetélkedő (pénzügy)
- 🔪 A jó vezető csatákat nyer, a jó csapat háborút - Tudj meg többet a hatékony csapatok vezetéséről! (menedzsment)
- 🔪 Teszteld a marketinges megérzéseidet! (marketing)
- 🔪 Ismerkedés a számvitel világával (számvitel)
- 🔪 Fenntartható turizmus (turizmus)
- 🔪 Stílus, mint énmárka

📅 A héten jelentkezünk a részletes programmal, ahol láthatjátok majd a pontos idősávokat.

A regisztrációs linket is hamarosan közzétesszük, figyeljétek felületeinket.

