

Külföldi hallgatói motivációk, elvárások és jövőbeli tervek. Miért fontos ezek ismerete a magyar felsőoktatás számára?

Foreign student motivation, expectations and future plans. Why is it important for the Hungarian Higher Education to reveal these factors?

KÉRI ANITA – HETESI ERZSÉBET

Amíg a statisztikai adatok azt mutatják, hogy azon hallgatók száma, akik belépnek a felsőoktatásba csökken, addig a felsőoktatásban már bent lévők intézmények közötti mobilitása egyre növekszik. A hallgatói mobilitás és a nemzetköziesedés napjainkban is aktuális téma, mert a külföldi hallgatók száma egyre inkább nő, és erősödik a verseny a hallgatók megszerzéséért. Annak érdekében, hogy megtudjuk, miért választ egy magyar felsőoktatási intézményt (HEI – Higher Education Institution) a külföldi hallgató, fontos megvizsgálunk a külföldi hallgatók motivációját, elvárásait és jövőbeli terveit. E mellett szintén elengedhetetlen, hogy megvizsgáljuk az egyetemek megváltozott szerepét, mely az elmúlt évtizedek során jelentős változáson ment és megy keresztül.

Jelen tanulmány egy kvalitatív vizsgálat eredményeit mutatja be, melynek célja, hogy feltárja az első évüket megkezdő, teljes képzésben részt vevő külföldi hallgatók elvárásait és jövőbeli terveit, mindezt pedig egy megváltozott és folyamatosan változó felsőoktatási környezetben. A kapott eredmények segítségével egy olyan marketingstratégia kerülhet a későbbiekben kialakításra, melynek célja nem csupán az, hogy az adott felsőoktatási intézmény megszerezze hallgatóit, hanem a képzési idő során meg is tartsa őket igényeik maximális kielégítésével.

Kulcsszavak: felsőoktatás, nemzetköziesedés, hallgatói elvárások

While statistical data shows a decreasing trend of students finishing high-school and starting higher education in Hungary, student mobility of those, who have already been in higher education is on the rise. Student mobility and internationalizations are very current topics, as the number of foreign students is continuously increasing and the competition to get foreign students is tougher. In order to understand why foreign students choose a Higher Education Institution (HEI) in Hungary, it is important to examine their motivation, expectations and future plans. Furthermore, it is also of utmost importance that the university roles, which have been changing throughout the recent years, should also be examined. The current study introduces the findings of a qualitative survey, which aim was to explore the expectations and future plans of first-year and full-time foreign students in the constantly changing higher education environment. In order to do so, qualitative research techniques have been used. With the collected data, such marketing strategy could be developed, which would contribute not only to the collection of foreign students, but to the fact that the HEI could keep these foreign students on the long run as well.

Keywords: higher education, internationalization, student expectations

1. Bevezetés

A felsőoktatás nemzetköziesedésével megindult az egyre inkább fokozódó verseny a külföldi hallgatókért is az egyetemek körében, hogy megtartsák versenyképességüket. Egyre több lehetőség adódik különböző nemzetközi ösztöndíjprogramokban való részvételre, mind a magyar, mind pedig a külföldi hallgatók számára, gondolhatunk itt akár az Erasmus+ programra, a sikeres Campus Hungary, immáron Campus Mundi ösztöndíjra és a magyar állam finanszírozta Stipendium Hungaricum ösztöndíjprogramokra.

A felsőoktatási intézmény külföldi hallgatókra vonatkozó stratégiájának meghatározásához azonban elengedhetetlen, hogy ismerjük a hallgatók motivációját és tisztázzuk azt, hogy miért érkeznek Magyarországra és az általuk kiválasztott egyetemre. A nemzetközi, a Magyarországot leginkább érintő európai cserediák és ösztöndíj programok egy egységesebb regionális kohézió felé irányulnak, ahol a regionális különbségek egyre kisebbek lesznek, a felsőoktatás minősége pedig javul (PUSZTAI – HATOS, 2012). Ezen felül pedig napjaink demográfiai trendje szerint csökken a középiskolát és gimnáziumot elvégzett hallgatók száma, ám a hallgatói mobilitás nő, mely együttesen felhívja a figyelmet a folyamatosan változó egyetemi szerepekre. Napjainkban a felsőoktatási intézményeknek alkalmazkodniuk kell a megváltozott igényekhez, hogy versenyképességüket meg tudják tartani. A felsőoktatási intézmény kiválasztása egy esszenciális lépés, hiszen jó alapokat adhat az egyén további fejlődésére, kiteljesedésére. Korábbi kutatásainkban a külföldi hallgatók motivációit vizsgáltuk kvalitatív és kvantitatív módszerekkel, de pusztán a motiváció megismerése nem elegendő egy átfogó marketing stratégia kidolgozására, hiszen a motiváció gyorsan változhat, amennyiben a hallgató elvárásai nem teljesülnek. Jelen tanulmányban egy olyan kvalitatív kutatás eredményeit mutatjuk be, amely az első éves hallgatók elvárásait és jövőbeli terveit kívánta feltárni.

2. Szakirodalmi áttekintés

Kutatásaink elsősorban a külföldi hallgatók intézményválasztási motivációira, a hallgatói elvárásokra és jövőbeni tervekre irányultak, ezért az elméleti háttér bemutatása során e területeket tekintjük át vázlatosan.

2.1. Motiváció

A hétköznapi életünk során minden nap rendkívül sok motívum ér minket, aminek érdekében mindent megteszünk, hogy teljesüljenek (BARKÓCZI – PUTNOKY, 1980). FODOR (2007) könyvében a motívumok közé sorolja a szükségleteket, az önfenntartási motívumokat, fajfenntartási és társas motívumokat, a kíváncsiságmotívumokat, az érzelmeket és végül pedig az akaraterőt és a szándékot. „A szükségletek (needs) forrása a biológiai hiányállapot, vagy pszichológiai tény” (FODOR, 2007). Az elsődleges szükségleteknek három osztályát különböztethetjük meg, az önfenntartási, a fajfenntartási, társas motívumok és a kíváncsiságmotívumokat (ATKINSON et al., 1999). A szükségletek kialakulása után beszélhetünk egy pszichológiai fogalomról, a drive-ról, mely a „belső késztetés, vagy hajtóerő fogalma” (BARKÓCZI – PUTNOKY, 1980:191). A kialakult szükségletek egy belső hajtóerőt hoznak létre, amely elindít ezeknek a szükségleteknek a kielégítése felé (FODOR, 2007). Amint kialakul a drive, utána kialakul a viselkedés, cselekvés is, hogy az egyén elérje az általa kitűzött célt (BARKÓCZI – PUTNOKY, 1980).

Azonban a külföldön tanulás motivációja még erősebb kell hogy legyen, mint a saját hazájában való továbbtanulás iránti elkötelezettség, hiszen az egy nagyobb döntésre és elhatározásra sarkallja őket. Ezen felül több motiváció is hathat egyszerre a hallgatóra. Ebben az esetben a hallgatóra hathatnak, és motivációjukat befolyásolhatják a referenciacsoportok (HACKNEY et al., 2013), a külföldi tapasztalatszerzés reménye (POPE et al., 2014), a sikerek elvárása, a hallgatók kognitív tudása, és a koordinációs képessége (KAUTTO – KOIVULA, 1993). CHIRKOV és szerzőtársai

(2004) megállapították, hogy a hallgatók mind külső indíttatásra, mind pedig belső indíttatásra is utazhatnak külföldre tanulni.

2.2. Elvárások

Azonban önmagában a hallgatók motivációjának megismerése nem ad elég információt egy marketingstratégia kialakítására, hiszen a motiváció csupán a hallgató az adott célintézménybe és célországba való érkezése előtti, vagy közvetlenül a megérkezésének állapotát írja le. Utána ahhoz, hogy megtudjuk hogyan alakult a motivációja, meg kell ismernünk azt is, hogy milyen elvárásokat támasztottak az ország és az intézmény elé, hiszen egy olyan intézmény, amely nem felel meg a hallgató elvárásainak, nagy mértékben ronthatja a jövőbeli motivációját is.

A szakirodalom (CUBILLO et al., 2006) és a motivációs eredmények alapján a külföldi hallgatók elvárásait az alábbi kategóriákba lehet sorolni:

- szociális/társas elvárások
- személyes (fejlődéssel kapcsolatos) elvárások
- kulturális elvárások
- munkaerőpiaci elvárások
- oktatási/nevelési elvárások

A szociális elvárások a társas érintkezéseket, a barátok számának növekedését, az ismeretségi kör bővülését és a helyi lakosság megismerését jelenti, mellyel együtt egy aktívabb szociális életet élhetnek a hallgatók részt véve a különböző iskolai és iskolán kívüli eseményeken. Természetesen a külföldi hallgatók elfogadása nagyban függ a fogadó intézmény és ország nyitottságától (DING – LI, 2012). Ezen felül a helyi lakosokkal töltött idő és a külföldi hallgató személyisége is befolyásolja azt, hogy milyen ismeretségeket alakít ki a hallgató külföldön (DEWEY et al., 2013).

A hallgatóknak különböző személyes elvárásaik is lehetnek magukkal szemben, a saját személyes, vagy személyiségük fejlődésével kapcsolatban. FIRMIN és szerzőtársai (2013) ebben a témában arra a következtetésre jutottak, hogy a hallgatók személyes fejlődését elősegítik a külföldön való tartózkodás sokáig tartó élményei és a szélesebb látókör.

Kulturális elvárásokat is támaszthatnak a hallgatók a fogadó országgal szemben. CZERWIONKA és szerzőtársai (2015) a külföldi hallgatók interkulturális tudását vizsgálták és megállapították, hogy ez az interkulturális tudás szignifikánsan nő a külföldi intézményben eltöltött idővel, beleértve a mindennapi kultúrához kapcsolódó témaköröket, mint például az ételek, italok, kultúra, történelem, értékek és a politika.

A hallgatók munkaerőpiaci elvárásait is alakíthatja a külföldön való tanulás. BRYLA (2015) kutatásában 2450 korábbi Erasmusos hallgatót vizsgált, akiknek csupán 1,6%-a nem rendelkezett sohasem munkával, a hallgatók többi része pedig leginkább szellemi munkát végzett, sokan közülük vezetői pozícióban.

A munkaerőpiaci elvárások mellett a hallgatók a személyes tudásbéli fejlődést is fontosnak tartják. A hallgatók leggyakoribb válasza és a számukra legfontosabb fő elvárásaik, ezeknek az elvárásoknak a sorrendbe állításakor a személyes fejlődés mellett a tudásbéli kiválóság volt az egyik legkiemelkedőbb (CHENG, 2014).

Jelen tanulmány keretében a külföldi hallgatók elvárásai állnak, így a feldolgozott szakirodalom alapján saját primer kutatás került lebonyolításra. A kutatás célja az volt, hogy átfogóbb képet kapjunk a külföldi hallgatók elvárásaival kapcsolatban.

2.3. A felsőoktatási intézmények megváltozott szerepe

A felsőoktatás nemzetköziesedésével az egyetemek szerepe megváltozott és folyamatos változásban van. Egy ilyen megváltozott környezetben kell a jövőben helyt állnia a magyar felsőoktatásnak is, hiszen nem csak országos, de nemzetközi és világszinten is színvonalas oktatásra képesnek kell lennie, mellyel idevonzza a külföldi diákokat is.

Az egyetemek a társadalom részét képezik, és azt szolgálják. A felsőoktatási intézménynek meg kell őriznie a gondolkodás függetlenségét, ám az őt körülvevő társadalom szerves részeként a leginkább működőképes. „Az egyetem hagyományosan az az intézmény, amelynek kötelessége a legáltalánosabb kérdések megfogalmazása, az ismeretek gyarapítása és a világ jobb megértésének elősegítése” (SZALAI, 2011:22). A felsőoktatás célja, hogy növelje az individuális és a teljes jólétet is (PUSZTAI – HATOS, 2012). A feladatai közé tartozik, hogy képzett, diplomás munkaerővel lássa el az országot és kutatási eredményeket produkáljon a társadalom számára, mindezt úgy, hogy a legtehetségesebb fiatalok bejutását garantálja, függetlenül azok politikai, vallási nézeteiktől, anyagi és társadalmi háttérüktől. Az egyetemeken oktatott témák és nézetek sokfélesége tükrözi azt, hogy a társadalom mennyire fejlett és rugalmas (SZALAI, 2011).

Az egyetemek szerepe azonban az évek során változott és mára már kialakult az úgynevezett harmadik generációs egyetem (3GU – Third Generation University), melynek elődjéhez képest megváltozott finanszírozási formája, stratégiája és működése van. Nem csupán a hallgatói létszám növekedett, hanem a kormányzati szabályozások a bürokrácia és a nem végzett hallgatók száma is. Pozitív változásként említhetjük a kutatások számának növekedését, mely végül egy harmadik forrásbevonást tettek lehetővé egyetemen kívüli vállalatoktól. Ezzel a harmadik generációs egyetem egy harmadik missziót alakított ki, melynek a célja, hogy tudást és értéket legyen képes átadni a társadalom számára, majd pedig nemzetközileg is versenyképes legyen. A versenyképességhez pedig elengedhetetlen, hogy az egyetem a kormányzaton kívül immáron más, saját forrásokból is bevételre tehesen szert.

Az egyetemek finanszírozása az évek során jelentősen változott, manapság a harmadik féltől származó jövedelem és az alapítványi jövedelmek és felajánlások is az egyetemre befolyó pénzüsszeg részét képezik.

A harmadik generációs egyetemnek azonban nem csupán finanszírozásában kell alkalmazkodnia a megváltozott körülményekhez, hanem a stratégiájukon is változtatni kell. MCKELVEY és HOLOMÉN (2009) szerint az egyetemek az üzletre irányuló környezetben nyomás alatt vannak, hiszen egyre több egyetemen kívüli kapcsolatot és kooperációt kell kialakítaniuk ahhoz, hogy versenyképesek maradjanak. Csupán új stratégiával lesznek képesek tőkét bevonni (DEIACO et al., 2009). Ehhez az egyetemi vezetésnek is olyan szemléletmódot kell képviselnie, amely képes ezekhez a változásokhoz igazodni (VILMÁNYI, 2002). A stratégia részeként kell kezelni és egyre nagyobb figyelmet fordítani a marketing aktivitásra, a hallgatók és az intézmény közötti kapcsolatok ápolására (HETESI – VERES, 2013).

A stratégia mellett fontos, hogy a megváltozott környezett mellett a megváltozott hallgatói igényeket is figyelembe vegyük és újra gondoljuk, hogy kinek, mit és hogyan kellene tanítania a felsőoktatásban, mind a magyar, mind pedig a külföldi hallgatók számára. A digitalizációval megjelentek az online egyetemek, MOOC-ok (MOOC – Massive Online Open Courses), amelyek kurzusait a világ vezető egyetemei tartják és ezek akár ingyenesen is teljesíthetők a világ bármely részéről (BRAHIMI – SARURETE, 2015). Ezzel, és a technológiai fejlődéssel együtt az oktatás mára már „okos” oktatássá válik (COCCOLI et al., 2014). Ezzel együtt pedig az oktatóknak is adaptálódni kell a megváltozott körülményekhez, hogy képesek legyenek kielégíteni a megváltozott hallgatói igényeket is (CIOLAN et al., 2014).

3. Empirikus kutatás

3.1. Vizsgált probléma

A kutatások során arra kerestük a választ, hogy mi befolyásolja a jelenleg az egyetemen tanuló külföldi hallgatók intézmény- és ország választását. A Szegedi Tudományegyetemnek nincsen átfogó és egységes marketingstratégiája, a külföldi hallgatók mégis egyre nagyobb számban érkeznek Magyarországra és a Szegedi Tudományegyetemre is. Ez a folyamat egy vásárlási döntési folyamatnak tekinthető, hiszen a diákok az itt nyújtott szolgáltatás fogyasztói lettek. Ám nem csupán a hallgatók motivációja a lényeges, hanem az elvárásaik és jövőbeli terveik is, melyeket jelen kutatásban vizsgáltunk. A lefolytatott kutatások eredményei hozzájárulhatnak az egyetem külföldi hallgatóit célzó marketingstratégiájához, tevékenységeihez, hogy még hatékonyabban tudja a külföldi hallgatók célcsoportját megcélozni.

3.2. Kutatási módszertan

Empirikus kutatásként kvalitatív mélyinterjúk kerültek lebonyolításra, hiszen a motiváció önmagában azonban nem elég, ismernünk kell azt is, hogy a hallgató mit vár el az adott képzéstől/szolgáltatástól/felsőoktatási intézménytől és országtól. Ezért az is fontos a marketingstratégia megalkotásánál, hogy ismerjük a hallgatók elvárásait a kiválasztott külföldi egyetemen szemben és a jövőbeni terveit az egyetemen eltöltött idő után. Ez mind annak érdekében kell, hogy történjen, hogy megértsük a szükségleteiket és a legjobb, lehatásosabb módon tudjuk azt kielégíteni egy kiváló szolgáltatás nyújtásával. Tehát a motivációhoz előzetes elképzelést és elvárásokat társíthatunk a hallgatók részéről. A motiváció és az elvárások feltérképezése után pedig a képzés végén szintén érdemes megtudni, hogy az megfelelt-e az elvárásainak.

Ezeknek az elvárásoknak a felderítésére 17 személyes mélyinterjút folytattunk 17 külföldi hallgatóval, akik akkor kezdték meg első félévüket a Szegedi Tudományegyetemen teljes képzéseiben. A hallgatók között volt hat mester és PhD hallgató és öt alapszakos hallgató. A hallgatók kiválasztása során arra törekedtünk, hogy több tudományterületről és több országból megkérdezzünk hallgatókat. Az interjúalanyok releváns adatai az *1. sz. mellékletben* láthatóak.

Az interjúk során az alábbi kérdésekre kerestük a választ:

1. Milyen benyomásuk van Magyarországgal kapcsolatban?
2. Milyen elvárásaik vannak a Magyarországon való tanulással kapcsolatban?
3. Mik a jövőbeli terveik, miután végeznek a Magyarországon való tanulással?

A kérdésekre kapott válaszok és annak kiértékelése egy mélyebb betekintést adhat a hallgatók felsőoktatási intézménnyel szemben támasztott elvárásaival kapcsolatban.

3.3. A kutatás eredményei

A hallgatókkal készült mélyinterjú angol nyelven zajlott, a jelen kutatásban a válaszaiknak magyarra fordítása megtörtént. A hallgatókat Magyarországról és az egész külföldön tanulási élményükkel kapcsolatos első benyomásaikról kérdeztük, ezt követték az elvárásokkal és a jövőbeli tervekkel kapcsolatos kérdések.

Az első benyomásokkal kapcsolatos kérdésünkre a következőket válaszolták:

„Itt minden ember kedves és segítőkész, mindig örömmel segítenek.” (PhD hallgató)

„A környezet Európai.” (Mesterképzéses hallgató)

„Nem szeretem ezt a várost, mert Budapesthez képest unalmas.” (Alapképzéses hallgató)

Ahogy a válaszokból láthattuk, a legtöbben pozitív benyomással rendelkeztek, ám akadt olyan hallgató is, akinek annyira mégsem tetszett a város. Az egyetemmel kapcsolatos első benyomások az alábbi véleményekben fogalmazódtak meg:

„Az első dolog, ami más, hogy itt laborban dolgozhatok különböző gépekkel, amit előtte nem tehettem meg.” (PhD hallgató)

„Tanulás szempontjából az itteni emberek úgy gondolom keményebben tanulnak, mint az én országomban.” (Mesterképzéses hallgató)

„Néha úgy érzem, hogy a tanárok nincsenek ránk felkészülve.” (PhD hallgató)

Ebben az esetben is a hallgatók többsége pozitív benyomással rendelkezett, ám olyat is találhattunk, akinek a képzése elején már nem teljesültek az elvárásai. Ez után következtek a mélyebb, elvárásokkal kapcsolatos kérdések, melyek követték az elvárások kategóriákba való sorolását, mely az elméleti részben került kifejtésre. Elvárások szempontjából már elkülönülnek a képzési szintnek megfelelően a hallgatói vélemények.

„Szeretnék a kutatási területen maradni később is.” (PhD hallgató)

„Az életem egyik célja, hogy a saját területemen PhD-t végezhessenek.” (PhD hallgató)

„Az első évben itt több új képességre teszek szert és több új technikát tanulok meg, mint amennyit otthon tanulnék.” (PhD hallgató)

„Amit itt megtanulok, a saját országomban is tudom majd kamatoztatni.” (Mesterképzéses hallgató)

„Meg szeretném érteni a történelmet is, hogy mi történt a 18-19. században Magyarország és Törökország között.” (Mesterképzéses hallgató)

„Nemzetközi diplomával nagyon sok lehetőség van, ha itt végzek.” (Alapképzéses hallgató)

„Itt volt az ideje, hogy megismerhessek más kultúrákat és embereket.” (Alapképzéses hallgató)

Ezek alapján láthatjuk, hogy amíg a PhD képzésben részt vevő hallgatóknak inkább a további kutatási lehetőségek voltak a fontosak, a mesterképzéses hallgatók szívesebben foglalkoznak már az alapképzéses hallgatókhoz képest komolyabb témákkal és összefüggésekkel, mint például saját hazájuk és Magyarország közötti esetleges történelmi kapcsolatok és hasonlóságok megértése és természetesen a tudásszerzés. Az alapképzéses hallgatók pedig leginkább az új élményeket várják a külföldön való tanulástól.

A tanulmányok utáni tervekkel kapcsolatban a képzési szintek ugyancsak strukturálták a válaszokat:

„Valószínűleg egy nagy multinacionális vállalatnál dolgoznék szívesen.” (PhD hallgató)

„Poszt-doktori pozícióra fogok valószínűleg jelentkezni.” (PhD hallgató)

„Szeretném folytatni a tanulást és PhD-t csinálni vagy itt, vagy más európai országban.” (Mesterképzéses hallgató)

„Szeretnék akadémiai karriert.” (Mesterképzéses hallgató)

„Gondolkozok azon, hogy belemerüljek a kutatásba, mester- majd pedig PhD képzésben is.” (Alapképzéses hallgató)

„Még nem tudom mi lesz ez után. Szeretnék egy diplomát, aztán tovább utazni.” (Alapképzéses hallgató)

„Ha megtanulok magyarul, akkor itt maradhatok. Ha több évet itt töltök, biztosan a szívemhez nő Magyarország.” (Alapképzéses hallgató)

A hallgatók válaszaiból láthatjuk, hogy képzési szintnek megfelelően eltérnek az elvárások és a jövőbeli tervek is. Amíg a PhD hallgatók további egyetemi pályafutást szeretnének, addig a mesterképzésesek tanulni, vagy dolgozni szeretnének. Az alapszakos hallgatók pedig még pontosan nem tudják, hogy mit fognak csinálni, hiszen ők még a képzésük legelején vannak.

A kutatás eredményeképpen azt mondhatjuk, hogy eltérések mutatkoztak a különböző képzési szinteken részt vevő hallgatók elvárásait és jövőbeli terveit illetően.

A 1. táblázat összefoglalja a legnagyobb különbségeket a hallgatók és a képzési szintek között.

1. táblázat: A külföldi hallgatók elvárásainak és jövőbeli terveinek különbözősége képzési szintjük szerint

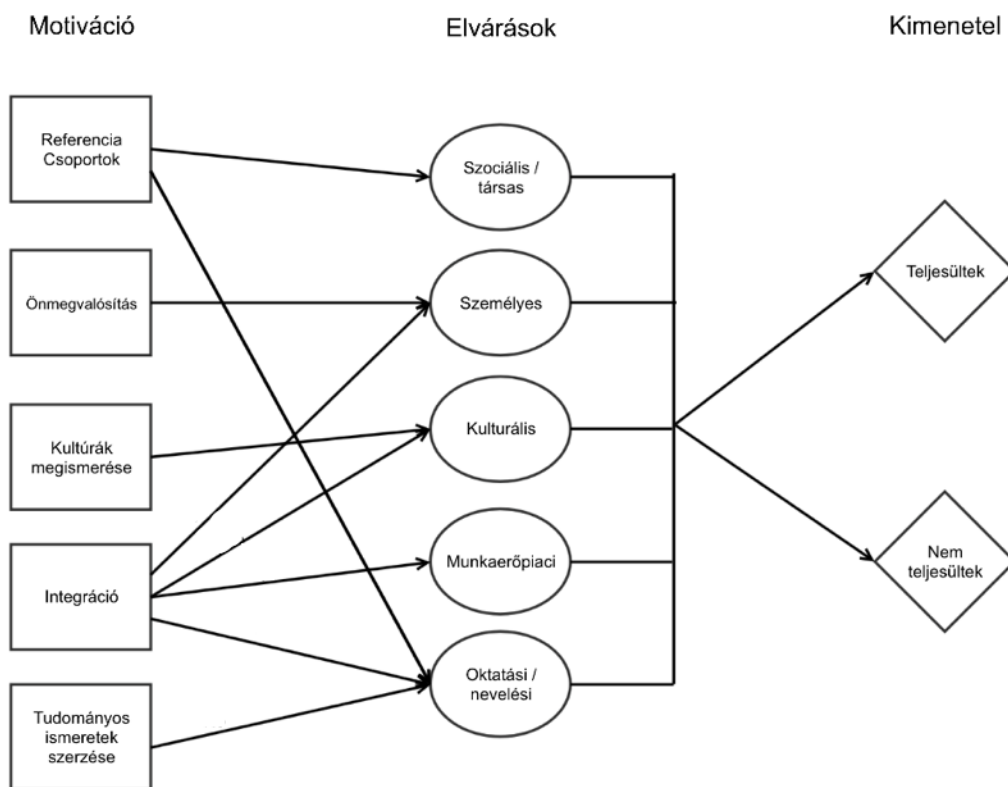
Képzési szint	Elvárások	Jövőbeli tervek
PhD	- kutatás magas minősége	- egyetemi karrier (Magyarországon, vagy otthon) - posztdoktori pozíció - multinacionális vállalatnál elhelyezkedni
Mesterképzés	- nemzetközi (EU) diploma - kulturális és történelmi tudás megszerzése - további tanulmányi lehetőségek (PhD)	- továbbtanulás (PhD Magyarországon, vagy otthon) - karriert csinálni
Alapképzés	- oktatás jó minőségű legyen - megtapasztalják a külföldön való tanulás élményét	- Magyarországon maradni - visszamenni az otthonukba - továbbtanulni (Mesterképzésen vagy PhD-n)

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Összességképpen elmondhatjuk, hogy minden hallgatónak magasak az elvárásai, ám képzési szintenként eltér. Amíg a PhD hallgatóknak a kiemelkedő kutatások a legfontosabbak, addig az alapképzéses hallgatóknak a külföldön tanulási élmény megtapasztalása is elvárásaként jelentkezik és nem minden esetben valósul meg úgy, ahogy ők azt eltervezték. Itt felvetődik az a kérdés, hogy ezeket a változatos igényeket az egyetem miként képes kielégíteni. A megváltozott egyetemi szerepek jelentősége akkor lesz igazán fontos, ha megismertük a hallgatók elvárásait, hiszen akkor az egyetem felkészülhet azoknak a kielégítésére.

A kvalitatív kutatás alapján és a korábbi kvantitatív motivációs kutatások alapján az 1. ábrán látható modellt vázoltuk föl.

1. ábra: Későbbi kvantitatív kutatás modellje



Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Ebben a modellben láthatjuk a fő motivációs tényezőket és az elvárásokat is. A modell vége pedig összefoglalja a motivációk és elvárások kombinációjának a kimenetét. A modellben egyenlőre csak az összefüggéseket jelezzük, hipotéziseket még nem fogalmaztunk meg. További szakirodalmi feldolgozás után a hipotézisek tesztelésére kvantitatív kutatást tervezünk.

4. Összegzés

Az előzetes kutatási eredményeink alapján a hallgatók fő motivációi a referenciacsoportok, önmegvalósítás, a kultúra és világ megismerése, a letelepedés és a diploma által szerzett tudás. Jelen kutatásunk eredményei arra hívják fel a figyelmet, hogy a különböző képzési szinteken a külföldi hallgatók esetében is különbségek mutatkoznak az elvárásokban, és ezek a különbségek mások, mint a hazai hallgatók esetében. A kvalitatív kutatás betekintést adott a hallgatók elvárásaiba és jövőbeli terveibe is, de a bemutatott kvalitatív kutatás számos korláttal bír: a minta elemszáma alacsony, az alapsokaságot egyetlen hazai intézmény külföldi hallgatói jelentették, ezért az eredmények csak jelzésértékűek lehetnek. A jövőben mind a kutatási kérdéseinket, mind az alapsokaságot bővíteni kell, az egyetem megváltozott szerepének vizsgálatához pedig célszerű lesz szakértői véleményeket is gyűjteni.

Az eddigi kutatási eredmények alapján konstruált modellünk további pontosításra vár, ám úgy gondoljuk, hogy átgondolt, és a szakirodalom által megalapozott hipotézisek felállítása után tesztelhetjük feltételezéseinket. Ugyanakkor azt is gondoljuk, hogy mindez még mindig nem lesz elegendő a nyitott kérdések megválaszolására.

Megítélésünk szerint fontos nyitott kérdés az is, hogy kik oktassanak, milyen felkészültségű legyen az a személy, aki tanítja a külföldi hallgatókat, milyen módszerrel és mit tanítsunk nekik. A hallgatók elvárásai folyamatosan változnak, ezzel együtt az egyetemnek is alkalmazkodnia kell. Oktatásmódszertani szempontból fel kell venni a versenyt más egyetemekkel és alkalmazni a

technológiai újításokat, mint például a MOOC- Massive Online Open Course, az online elvégezhető egyetemek mintáját például. Tanítási módszertan szempontjából az is fontos, hogy a hallgatók számára milyen típusú tudást kell átadnunk, tényszerűt, vagy pedig gyakorlatiasat.

Kutatási eredményeink—számos olyan kérdést vetettek föl, amelyek további kihívásokat jelentenek annak vizsgálatára, hogy a felsőoktatási intézmények milyen stratégiákat alkalmazzanak a külföldi hallgatók vonzására és megtartására.

Irodalomjegyzék

- Atkinson, R. L. – Atkinson, R. C. – Smith, E. E. – Bem, D. J. – Nolen-Hoeksema, S. (1999): Pszichológia. Osiris, Budapest.
- Bana K. – Besenyey L. (2007): 3. Magyar Nemzeti és Nemzetközi Lifelong Learning Konferencia: Mellearn Egyesület konferenciakötet: A felsőoktatási intézmények, mint regionális tudásközpontok hálózati együttműködése az életen át tartó tanulásban. Miskolc, 12-13. Apr. 2007.
- Barkóczi I. – Putnoky J. (1980): Tanulás és motiváció. Tankönyvkiadó, Budapest.
- Brahimi, T. – Sarurete, A. (2015): Learning outside the classroom through MOOCs. *Computers in Human Behaviour*. 51 604-609.
- Bryla, P. (2015): The impact of international student mobility on subsequent employment and professional career. a large-scale survey among polish former erasmus students. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*. 176 633-641.
- Cheng, A. Y.-N. (2014): Perceived value and preferences of short-term study abroad programmes. A Hong Kong study. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*. 116 4277-4282.
- Chirkov, V. – Vansteenkiste, M. – Tao, R. – Lynch, M. (2004): The role of self-determined motivation and goals for study abroad in the adaptation of international students, *International Journal of Intercultural Relations*. 31 199-222.
- Ciolan, L. – Petrescu, A. – Radulescu, C. – Bucur, C. (2014): Training teachers to use digital resources for the knowledge society. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 128 415-419.
- Coccoli, M. – Guerico, A. – Maresca, P. – Stanganelli, L. (2014): Smarter universities: A vision for the fast changing digital era. *Journal of Visual Languages and Computing*. 25 1003-1011.
- Cubillo, J. M. – Sánchez, J. – Cerviño, J. (2006): International Students' Decision-Making Process. *The International Journal of Educational Management*. 20 (2) 101-115.
- Czerwionka, L. – Artamonova, T.d – Barbosa M. (2015): Intercultural knowledge development. Evidence from student interviews during short-term study abroad. *International Journal of Intercultural Relations*. 49 80-99.
- Deiaco, E. – Holomé, M. – McKelvey, M. (2009): From social institution to knowledge business. In McKelvey, M. – Holomé, M (2009): Learning to compete in European Universities. Edward Elgar, Northampton MA.
- Dewey, D. P. – Ring, S. – Gardner, D. – Belnap, R. K. (2013): Social network formation and development during study abroad in the Middle East. *System*. 41 269-282.
- Ding, L. – Haizheng, L. (2012): Social networks and study abroad, The case of Chinese visiting students in the US. *China Economic Review*. 23 580-589.
- Firmin, M. W. – Holmes, H. J. – Firmin, R. L. – Merial, K. L. (2013): Personal and Cultural Adjustments Involved with an Oxford Study Abroad Experience. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*. 89 555-558.
- Fodor L. (2007): Fejezetek a motivációkutatásból. Gondolat, Budapest.
- Hackney, K. – Boggs, D. – Kathawala, Y. – Hayes, J. (2013): 'Willingness to study abroad: An examination of Kuwaiti students', *Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute*. 566.
- Hetesi E. – Veres Z. (2013): *Nonbusiness marketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

- Kautto-Koivula, K. (1993): Degree-oriented professional adult education in the work environment: a case study of the main determinants in the management of a long-term technology education process. Tampere.
- McKelvey, M. – Holmén, M (2009): Learning to compete in European Universities. Edward Elgar, Northampton MA.
- Pope, J. – Sánchez, C. M. – Lehnert, K. – Schmid, A. S. (2014): Why Do Gen Y Students Study Abroad? Individual Growth and the Intent to Study Abroad, *Journal Of Teaching International Business*. 25 (2) 97-118.
- Pusztai G. – Hatos Adrian (2012): Higher Education for Regional Social Cohesion. Theoretical considerations. HERJ, Budapest.
- Szalai Z. (2011): Felsőoktatás Magyarországon és a világban = Higher Education in Hungary and the World: Tendenciák és Lehetőségek = Tendencies and Potentialities. Mathias Corvinus Collegium, Budapest.
- Vilmányi M. (2002): A felsőoktatási menedzsment kihívásai az ezredfordulón. In Hetesi E. (szerk.) (2002): A közszolgáltatások marketingje és menedzsmentje. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. JATEPress, Szeged, 168-181.
- Wissema, J. G. (2009): Towards a third generation university. Edwar Elgar, Northampton USA

Mellékletek

1. sz. melléklet: Az interjúalanyok demográfiai jellemzői és a megkezdett tanulmányok típusai

Képzési szint	Származási ország	Nem	Életkor	SZTE-s tanulmányok
PhD	India	Nő	25	Biológia
PhD	Namíbia	Férfi	36	Neveléstudomány
PhD	India	Nő	25	Számítógépes technológia
PhD	Ekvádor	Férfi	n.i.	Jogász
PhD	India	Férfi	31	Gyógyszerész
PhD	Vietnám	Férfi	29	Általános orvos
Mesterképzés	Törökország	Nő	26	Nemzetközi kapcsolatok
Mesterképzés	Columbia	Férfi	29	Szoftverfejlesztés
Mesterképzés	Algéria	Nő	23	Kémia
Mesterképzés	Tunézia	Férfi	26	Fogorvos
Mesterképzés	Koreai Köztársaság	Nő	41	Anglisztika
Mesterképzés	Laosz	Férfi	22	Nemzetközi gazdálkodás
Alapképzés	Kazahsztán	Nő	19	Gazdálkodás és Menedzsment
Alapképzés	Tunézia	Nő	19	Mezőgazdasági mérnök
Alapképzés	Törökország	Férfi	n.i.	Történelem
Alapképzés	Tunézia	Férfi	22	Testnevelő edző
Alapképzés	Vietnám	Férfi	n.i.	Mechatronikai mérnök

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A „n.i.” rövidítést akkor alkalmaztuk, amikor a nem állt rendelkezésünkre adat a hallgatóról.