

OKTATÁS ÉS SZEMLÉLETFORMÁLÁS

Igényfelmérés

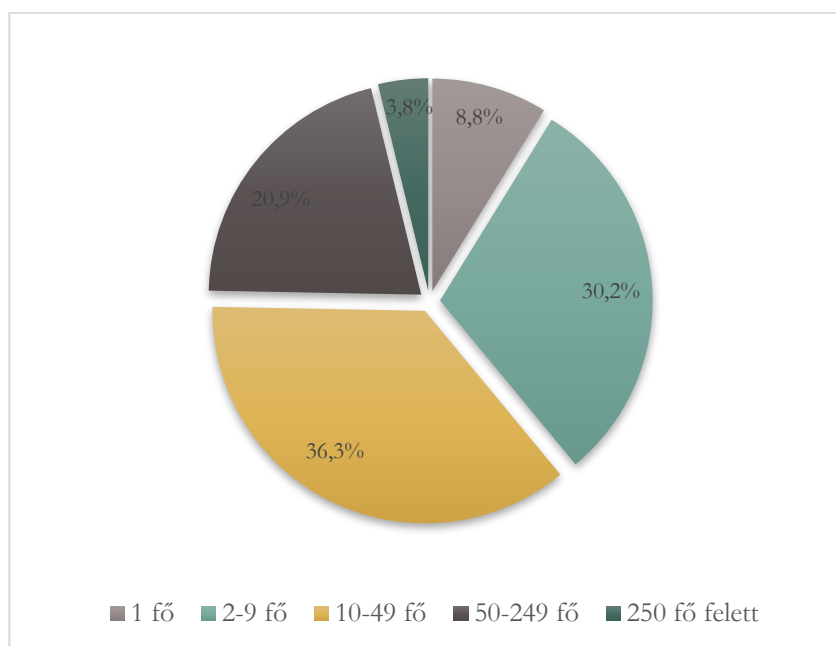


A Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány 2018.03.22 és 2018.04.11 között kérdőíves felmérést készített a hazai turisztikai vállalkozások oktatási és szemléletformálással kapcsolatos igényeiről. A felmérés célja, hogy a hazai és európai forrásokból megvalósuló pályázatok részét képező oktatási felhívások optimális tartalommal, a piaci szereplők valós igényeihez illeszkedve kerüljenek kiírásra. Az online kitölthető elektronikus kérdőívet a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány tagjai továbbították a velük kapcsolatban álló turisztikai vállalkozások részére. Az azonosításra nem alkalmas kérdőív kitöltése önkéntes és anonim módon történt, és a felmérésben összesen 182 hazai turisztikai vállalkozás vett részt. A felmérés nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanakkor mégis közelebb hozhat bennünket a turisztikai vállalkozások oktatással, továbbképzéssel és szemléletformálással kapcsolatos igényeinek megismeréséhez.

A minta jellemzői

A kérdőívet kitöltő turisztikai vállalkozások a cég munkavállalóinak számát tekintve¹ jellemzően mikro-, kis-és középvállalkozások. (1. ábra) Legkisebb arányban voltak a kitöltők között az ún. 250 fő feletti nagyvállalkozások.

1. ábra: A kérdőívet kitöltő turisztikai vállalkozások munkavállalóinak száma

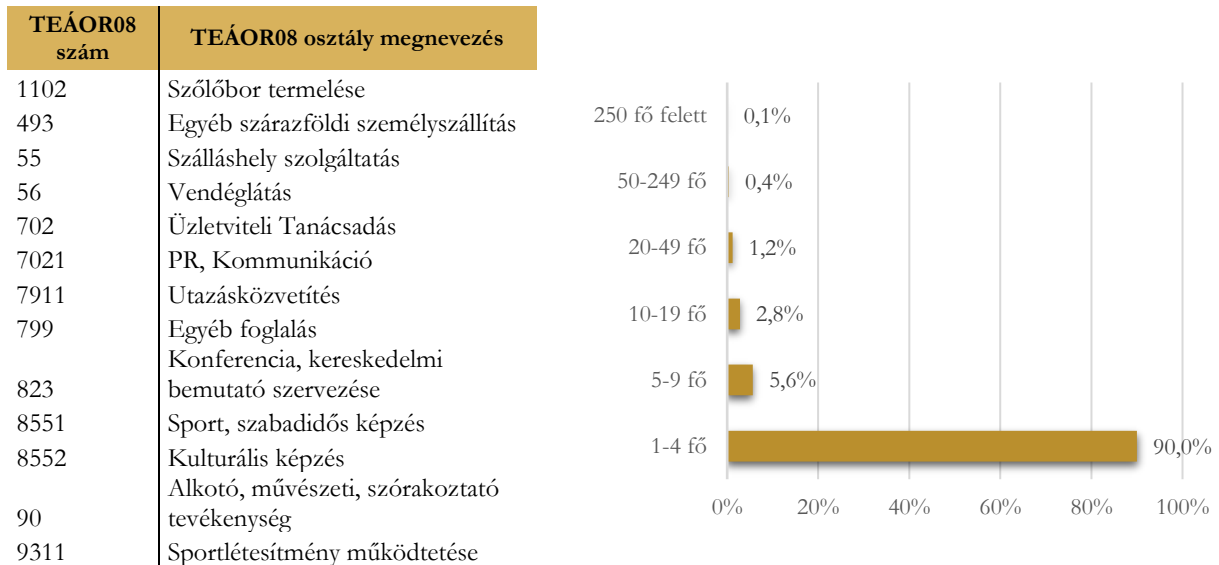


Forrás: Saját szerkesztés

Bár a minta nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanakkor, ha megvizsgáljuk és összevetjük a Központi Statisztikai Hivatal, legfrissebb, 2015. évre vonatkozó működő – a turizmushoz szubjektív megítélés alapján szorosan köthető - vállalkozások nyilvántartásával, akkor szintén az tapasztalható, hogy a hazai turisztikai vállalkozások jellemzően mikro-, kis-és középvállalkozások, a foglalkoztatottak létszámát tekintve. (2. ábra)

¹ A felmérés nem terjedt ki a vállalkozások forgalmára és mérlegfőösszegére, csupán a munkavállalók számára.

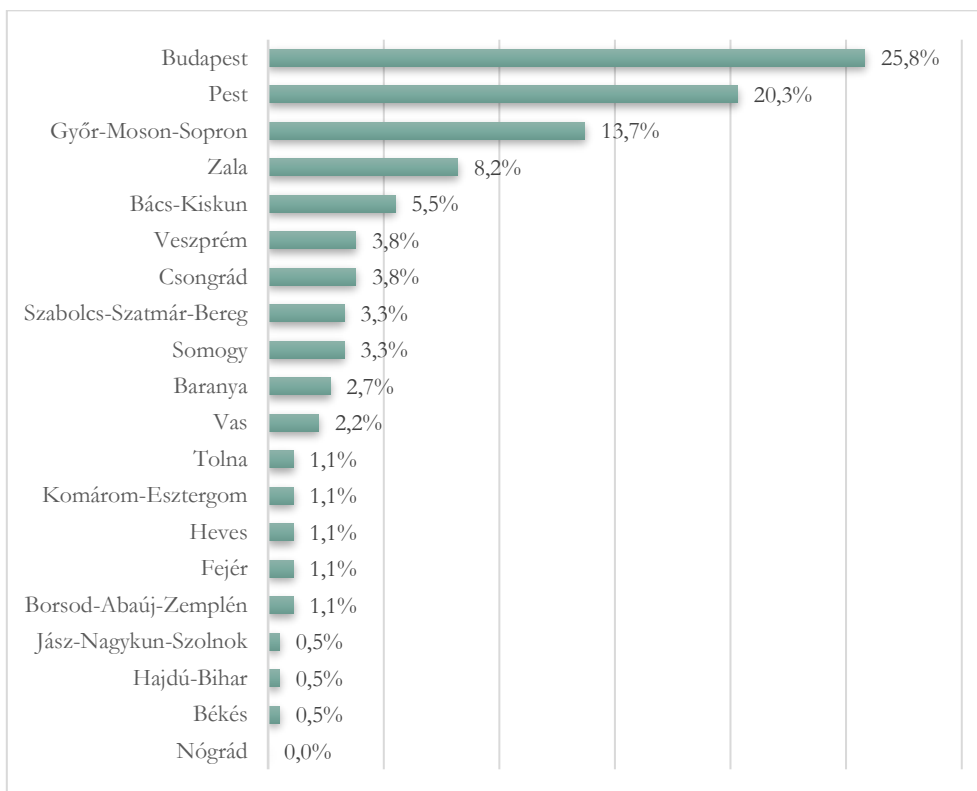
2. ábra: A 2015-ben működő, - szubjektív lista alapján - turizmushoz köthető vállalkozások megoszlása az egyes létszám kategóriák szerint



Forrás: Saját szerkesztés, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján

A kérdőívet budapesti turisztikai vállalkozások töltötték ki a legnagyobb arányban (25,8%). Őket követték a Pest megyei (20,3%) és a Győr-Moson-Sopron megyei turisztikai vállalkozások (13,7%). (3. ábra)

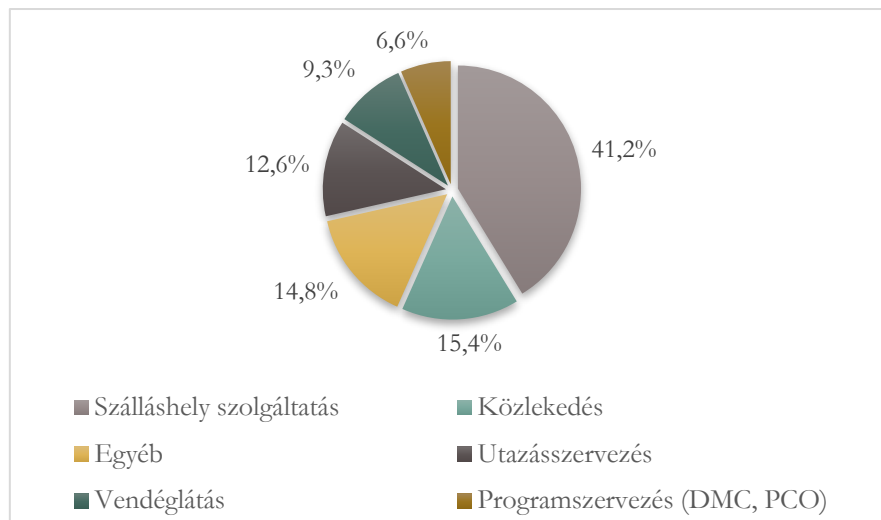
3. ábra: A kérdőívet kitöltő turisztikai vállalkozások székhelye megyék szerinti lebontásban



Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőívet kitöltő turisztikai vállalkozások fő tevékenységi köre a szálláshely szolgáltatás (41,2%), valamint a közlekedéshez (15,4%) és utazásszervezéshez (12,6%) kapcsolható tevékenységek. (4. ábra) Az „egyéb” kategóriában szereplő vállalkozások igen sokrétűek a tevékenységkörüket illetően: akadt köztük turisztikai tanácsadó cég, közigazgatási egység, horgászturizmussal, borászattal foglalkozó vállalkozás. A kérdőív kitöltők között szerepelt továbbá TDM, fürdő, kulturális központ, valamint sport- és rendezvényhelyszín is, amely azt mutatja, hogy **a turisztikai vállalkozások körében jelentős igény mutatkozik az oktatással, és szemléletformálással kapcsolatos véleménynyilvánításra.**

4. ábra: A kérdőívet kitöltő turisztikai vállalkozások fő tevékenysége

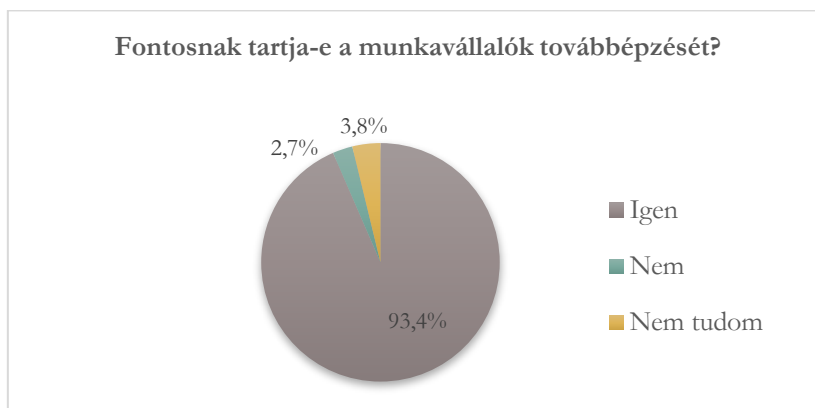


Forrás: Saját szerkesztés

A felmérés eredményei

A felmérés legfontosabb üzenete, hogy a kérdőívet kitöltő hazai turisztikai vállalkozások **93,4%-ban fontosnak tartják**, hogy a munkavállalók továbbképzésen, oktatásokon és szemléletformálással kapcsolatos előadásokon vegyenek részt, a mindennapi munkavégzés hatékonyságának növelése céljából. (5. ábra)

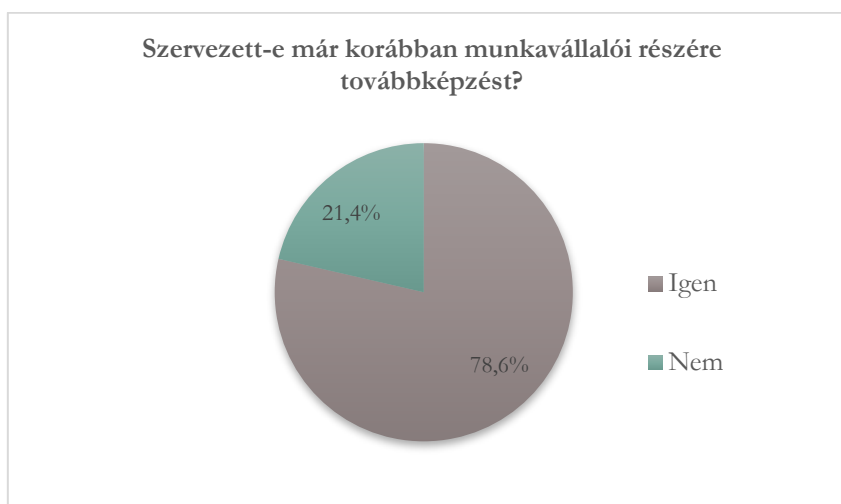
5. ábra: A munkáltatók továbbképzésről alkotott véleménye



Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőív eredményeiből egyértelműen kiderül, hogy a munkáltatók nem csupán elméletben tartják fontosnak a munkavállalók továbbképzését, hanem a hajlandóság konkrét cselekedetekben is manifesztálódik, hiszen **a kérdőívet kitöltők 78,6%-a már szervezett továbbképzést a munkavállalói számára.** (6. ábra)

6. ábra: A munkáltatók képzés-szervezési attitűdjére vonatkozó eredmény

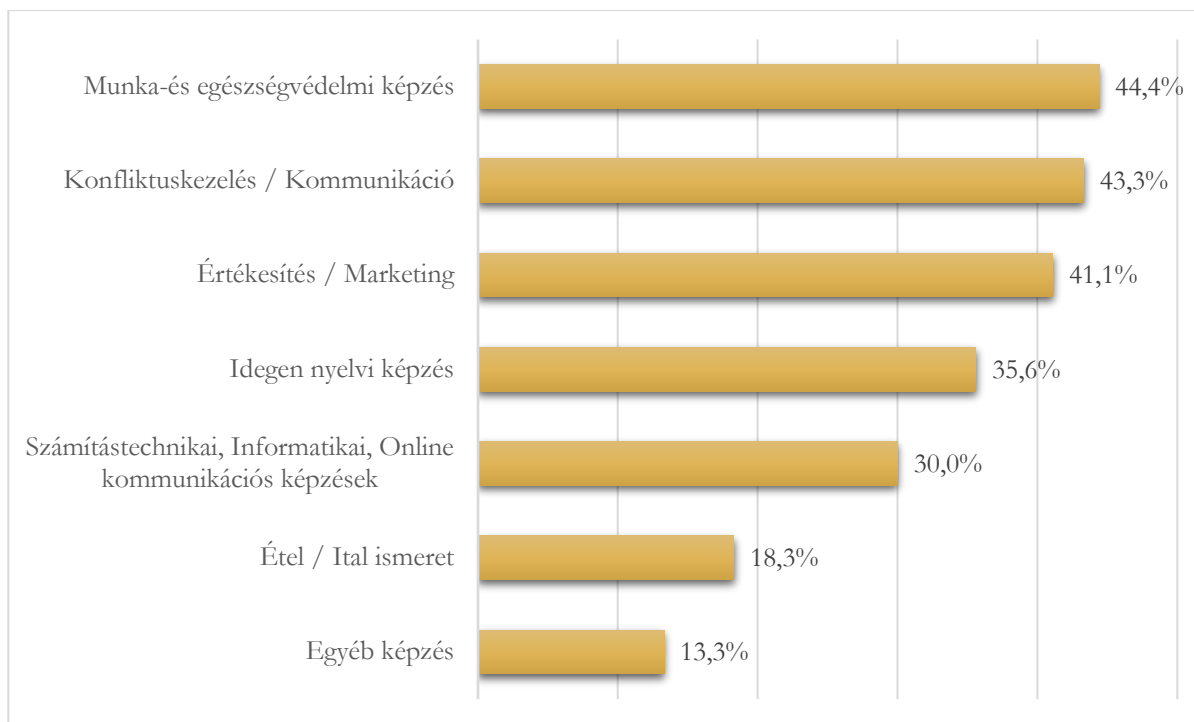


Forrás: Saját szerkesztés

Azok a munkavállalók, amelyek munkáltatói már szerveztek korábban képzéseket **munka-és egészségvédelmi képzésen vettek részt legnagyobb arányban (44,4%)**, amely nem meglepő, hiszen az ilyen jellegű képzések általában törvény által (is) előírt kötelező képzések. Meglepő azonban, hogy az idegen nyelvi képzést a válaszok gyakoriságát tekintve megelőzte **konfliktuskezeléssel / kommunikációval kapcsolatos tréning (43,3%)**, amely a turizmus - kiemelkedően fontos - humán attribútumaira vezethető vissza. Bár napjainkban a turisztikai és egyéb szakképzések jelentős hányada magában foglal kommunikációval, pszichológiával kapcsolatos modulokat, ez az eredmény arra enged következtetni, hogy a munkáltatók jelentős része még mindig komoly hiányosságot tapasztal e téren, melyet egyedileg szervezett, külön képzésekkel igyekeznek orvosolni. Szintén többen jelölték meg az **értékesítéssel / marketinggel kapcsolatos továbbképzéseket (41,1%)**, így az **idegen nyelvi képzés a negyedik leggyakrabban választott képzés (35,6%)**. A felmérés eredményei azt mutatják, hogy bár a megfelelő nyelvtudás továbbra is hiányosságnak tekinthető mégsem erre a típusú képzésre tartottak a munkáltatók legnagyobb arányban igényt, a már korábban szervezett képzéseket tekintve. Ezek alapján feltételezhetjük, hogy javult a turisztikai szektorban dolgozók nyelvtudása, és már nem az idegen nyelvű kommunikáció jelenti a legnagyobb problémát, a hangsúly sokkal inkább áthelyeződött a kommunikációval és konfliktuskezeléssel kapcsolatos kihívásokra. (7. ábra). Ha, az „egyéb” kategóriában egyedileg felsorolt képzéseket tekintjük, akkor az tapasztalható, hogy a munkáltatók leginkább **általános jellegű** (jogi, pénzügyi, számviteli, gépjárművezetői stb.) és **szakmai képzésekre** (barista, sommelier, szauna mester, gazdaasszony, szervizkultúra, protokoll stb.) küldték el munkavállalóikat. Ugyanakkor számos esetben említésre kerül az **ügyfélszolgálat, személyiségfejlesztés, vezetői képzés valamint, a szervezeti összetartást erősítő csapatépítő tréning is.** Ezen tények alapján megállapítható, hogy a kérdőívet kitöltő hazai turisztikai vállalkozások az általános-és szakmai

képzéseken túl hangsúlyt fektetnek a vállalati kultúra és összetartás megteremtésére, valamint a megfelelő vezetői képzésekre is.

7. ábra: A munkáltatók által korábban szervezett képzések (több válaszlehetőség megjelölésével)



Forrás: Saját szerkesztés

Azok a munkáltatók, amelyek korábban már szerveztek képzést a munkavállalóik számára, leginkább **önerőből finanszírozták (84,6%)** és csupán a vállalkozók **15,4%-a fizette pályázati támogatás segítségével**. A 8. ábrán látható keresztlemzés alapján megállapítható, hogy **legnagyobb arányban a szálláshely szolgáltatók szerveztek önerőből képzéseket**, őket követték a közlekedési tevékenységeket ellátó vállalkozások, amelyek a mintában is nagy arányban szerepeltek. (8. ábra)

8. ábra: Továbbképzések finanszírozása a cégek fő tevékenységei szerint

A cég fő tevékenysége	A továbbképzést teljesen önerőből finanszírozták vagy pályázat segítségével sikerült megvalósítani?		
	Nem szervezett képzést	Pályázat segítségével	Önerős finanszírozásból
Szálláshely szolgáltatás	5	13	57
Közlekedés	3	1	24
Utazásszervezés	1	6	16
Programszervezés (DMC, PCO)	0	0	12
Vendéglátás	4	2	11

Forrás: Saját szerkesztés

Ha a kérdőívet kitöltő cégek terület elhelyezkedését tekintjük, akkor az tapasztalható, hogy legnagyobb arányban Budapesten, illetve Pest megyében finanszírozták önerőből a képzéseket, amely területek a mintában is nagy aránnyal szerepeltek. (9. ábra)

9. ábra: Továbbképzések finanszírozása az egyes cégek területi elhelyezkedése szerint

A cég székhelye (megye)	A továbbképzést teljesen önerőből finanszírozták vagy pályázat segítségével sikerült megvalósítani?		
	Nem szervezett képzést	Pályázat segítségével	Önerős finanszírozásból
Bács-Kiskun	5	3	2
Baranya	1	1	3
Békés	0	0	1
Borsod-Abaúj-Zemplén	1	0	1
Budapest	7	2	38
Csongrád	1	2	4
Fejér	1	0	1
Győr-Moson-Sopron	9	2	14
Hajdú-Bihar	0	1	0
Heves	0	1	1
Jász-Nagykun-Szolnok	0	1	0
Komárom-Esztergom	0	0	2
Pest	4	2	31
Somogy	2	1	3
Szabolcs-Szatmár-Bereg	3	0	3
Tolna	1	0	1
Vas	1	1	2
Veszprém	1	1	5
Zala	2	4	9

Forrás: Saját szerkesztés

Ugyan, erre a kérdőív nem tért ki, de ennek többek között oka lehet a pályázatok alacsony száma, nem megfelelő tartalma / időzítése vagy a pályázati felhívásról szóló megfelelő tájékoztatás / értesülés hiánya. A felmérés eredményei szerint **a válaszadók 74,4 %-ban jelölték a konfliktuskezeléssel és kommunikációval kapcsolatos képzést leginkább hasznosnak**, amely nem meglepő, hiszen a felmérésben résztvevő turisztikai vállalkozások nagy arányban küldték már korábban is munkavállalóikat ilyen jellegű képzésre. A munkáltatók második legnagyobb arányban tartják az idegen **nyelvi képzést (65,4%)**, és harmadik legnagyobb arányban **az értékesítés és marketing jellegű képzéseket (59,3%) hasznosnak**. A 182 kitöltőből 77-en (42,3%) jelölték meg az on-line kompetenciafejlesztést és 70-en (39,6%) a vendégbarátság elősegítésre vonatkozó képzést, mint szerintük hasznosnak tekinthető képzést. A pályázatkezelést 22%-ban, az étel / ital ismeret képzés 18,7%-ban, a régió megismertetését a munkavállalókkal 15,4%-ban találták hasznosnak a válaszadók. Utóbbi alacsony arányára magyarázattal szolgálhat, hogy a turisztikai vállalkozások többnyire helyi munkavállalókat alkalmaznak, akik ismerik a régiót, vagy, hogy a régió ismerete már eleve egy szűrőfeltétel a munkaerő toborzásakor. A 10. ábrán

szereplő keresztelemzések a kérdőív 6. és 8. kérdéseire adott válaszok összevetését tartalmazza, amely azt mutatja, hogy a kérdőívet kitöltő hazai turisztikai vállalkozások szerveztek-e már adott jellegű továbbképzést a munkavállalóiknak, és hasznosnak tartják-e azt a típusú képzést.² A **konfliktuskezelés és kommunikációhoz kapcsolódó képzés** további fontosságára utal, hogy a kérdőívet kitöltő munkáltatók **36%-a fontosnak tartja és szervezett is már ilyen jellegű továbbképzést a munkavállalói számára. 38%-uk ugyan még nem szervezett, de hasznosnak ítéli meg** ezt a típusú képzést. Az **idegen nyelvi képzést** tekintve a válaszadók 36%-a még nem szervezett, de hasznosnak tartja 29%-a pedig már szervezett is nyelvi továbbképzést, azontúl, hogy hasznosnak is tartja. Érdekes eredmény, hogy az **értékesítés / marketing továbbképzésre** vonatkozó kérdés esetében pont ugyanolyan arányban (32%-32%) vannak azok, akik nem tartják hasznosnak és nem szerveztek még ilyet, mint azok, akik hasznosnak tartják és már szerveztek is ilyen típusú továbbképzést. Ebből arra következtethetünk, hogy az értékesítés/marketing továbbképzésekről megosztó véleménnyel rendelkeznek a mintában szereplő hazai turisztikai vállalkozók. A mérleg nyelvét ugyanakkor elbillenti az a tény, hogy a kitöltők 27%-a ugyan még nem szervezett értékesítéssel, marketinggel kapcsolatos továbbképzést, mégis hasznosnak tartja. Ha, az **étel / ital ismeret képzés tekintjük**, akkor a kitöltők 73%-a nem szervezett ilyen képzést, és nem tartja hasznosnak sem. Csupán 9%-uk mondja azt, hogy nem szervezett még ilyet, de hasznosnak ítéli meg. (10. ábra)

10. ábra: A munkáltatók által szervezett képzések, és általános véleményük a képzés típus hasznosságára vonatkozóan

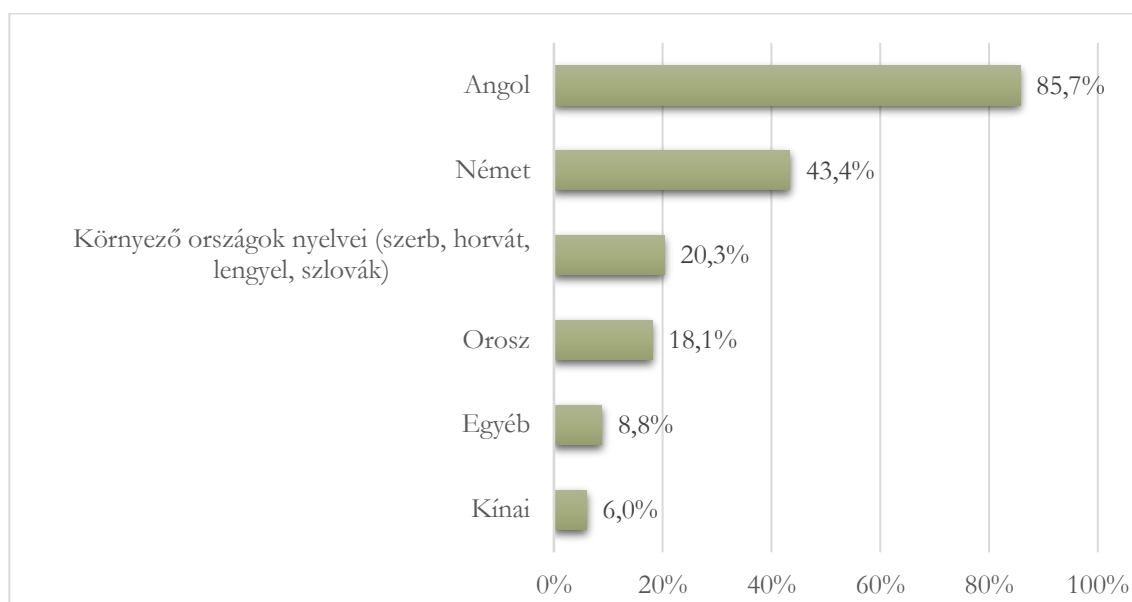
Szervezett-e már konfliktuskezelés / kommunikációs képzést?	Hasznosnak tartja-e a konfliktuskezelés / kommunikációs képzést?	
	nem	igen
nem	19%	38%
igen	7%	36%
Szervezett-e már idegen nyelvű képzést?	Hasznosnak tartja-e az idegen nyelvű képzést?	
	nem	igen
nem	29%	36%
igen	6%	29%
Szervezett-e már értékesítés / marketing képzést?	Hasznosnak tartja-e az értékesítés / marketing képzést?	
	nem	igen
nem	32%	27%
igen	9%	32%
Szervezett-e már étel / ital ismeret képzést?	Hasznosnak tartja-e az étel / ital ismeret képzést?	
	nem	igen
nem	73%	9%
igen	9%	9%

Forrás: Saját szerkesztés

² A „hasznosság” nem az elvégzett továbbképzés hasznosságára utal, hanem a munkáltató általános véleményét tükrözi az adott jellegű továbbképzéssel kapcsolatban.

Ha a munkáltatók nyelvi preferenciájára vonatkozó kérdést tekintjük, akkor az tapasztalható, hogy a kérdőívet kitöltő hazai turisztikai vállalkozások legnagyobb arányban, **85,7%-ban az angol nyelvi továbbképzést tartják leginkább hasznosnak**. Ez jól tükrözi, hogy a turisztikai szektorban az angol, mint világnyelv kiemelkedő szerepet játszik, és manapság elengedhetetlen a turisztikai munkavégzés során. Szintén nem meglepő, hogy a második legtöbb jelölést kapta a **német (43,4%)**, mint hasznos idegen nyelvi képzés, amelynek szükségességét alátámasztja a Magyarországra érkező német ajkú turisták magas száma is. A **környező országok nyelveihez kapcsolódó nyelvi képzések (szerb, horvát, lengyel, szlovák)** közel azonos arányban **(20,3%-ban)** mutatkoznak hasznosnak a hazai turisztikai vállalkozások számára, a nyelvi képzéseket tekintve, mint az **orosz (18,1%)**. Egyéb nyelvek tekintetében említésre kerül a francia, olasz és spanyol. (11. ábra)

11. ábra: A munkáltatók preferenciája az idegen nyelvi képzésekre vonatkozóan (több válaszlehetőség megjelölésével)

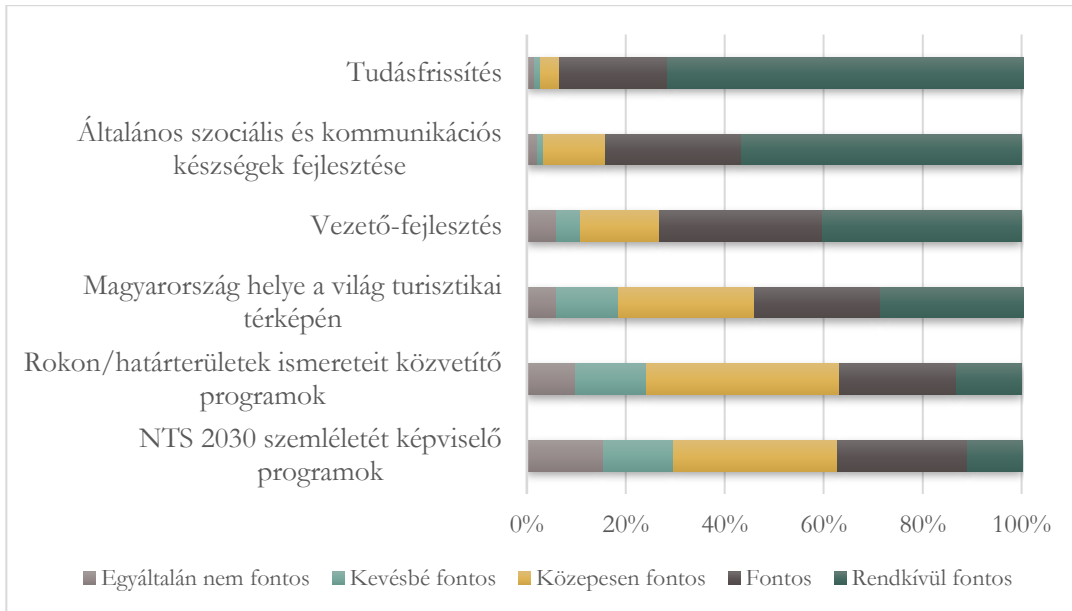


Forrás: Saját szerkesztés

A felmérés keretein belül lehetősége volt a kérdőívet kitöltő vállalkozásoknak véleményt nyilvánítani egyes „programokat” illetően, és megjelölni egy 1-től 5-ig tartó skálán, hogy mennyire tartják fontosnak azokat, a munkavállalók tudását tekintve. Az eredmények alapján a **tudásfrissítést, saját szakmában való elmélyülést** (ide sorolva a nyelvtanfolyamokat is) valamennyi kitöltő egyértelműen **rendkívül fontossként** jelölt meg **(72%)**. Az **általános szociális és kommunikációs készségek fejlesztését** a válaszadók **több, mint fele (56,6%-a)** szintén **rendkívül fontosnak** ítéli meg. A **vezető-fejlesztést** a **33%-uk fontosnak** és **40,1%-uk rendkívül fontosnak** ítélte meg. A **globális valamint európai trendek és változó fogyasztói szokások ismeretét, Magyarország helyének ismeretét a világ turisztikai térképén** közel azonos arányban tartják közepesen fontosnak **(27,5%)**, fontosnak **(25,3%)** és rendkívül fontosnak **(29,1%)**. A **rokon / határterületek ismereteit közvetítő programokat, képzéseket** a kitöltők **39%-a tartja közepesen fontosnak**, és **23,6%-a fontosnak**. A **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 szemléletét képviselő programokat** (ide sorolva többek között

a desztinációs logikát, és ami abból következik) a kitöltők **15,4%-a egyáltalán nem tartja fontosnak, 33%-a közepesen ítéli fontosnak, és 11%-uk gondolja rendkívül fontosnak.** (12. ábra)

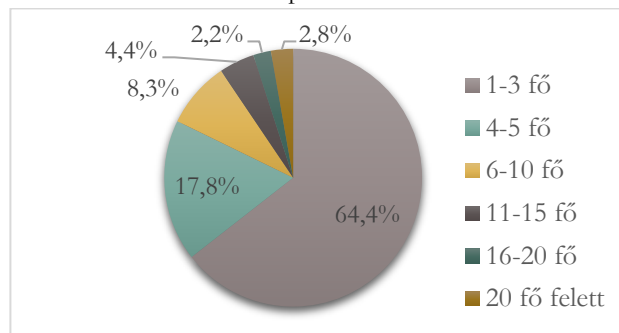
12. ábra: A munkavállalók tudására vonatkozó munkáltatói preferenciák



Forrás: Saját szerkesztés

Abban az esetben, ha a munkáltatókat a képzés költsége egyáltalán nem, vagy csak részben terhelné akkor a munkáltatók **25,8%-a tudná évente továbbképzésre küldeni a munkavállalóit.** Pontosán ugyanilyen arányban jelölték, hogy **két-háromhavonta (25,8%)** így nem meglepő, hogy (a köztes megoldás megjelölésével) **azt választották legnagyobb arányban, hogy félévente (40,7%)** lenne lehetőség a munkavállalóik továbbképzésére. Legkevesebb esetben tudnák a munkavállalókat **havi rendszerességgel (13,7%)** nélkülözni a munkából továbbképzés miatt. Egyéb javaslatként felvetésre került a **turisztikai szezonon kívül történő továbbképzés**, amely azon vállalkozások számára nyújtana ideális megoldást, amelyek működése erősen függ a szezonaritástól. A mintában szereplő turisztikai vállalkozások jellemzően **1-3 főt (64,4%)** tudna alkalmanként továbbképzésre küldeni. **17,8%-uk 4-5 főt, 8,3%-uk 6-10 főt** tudna nélkülözni egy-egy továbbképzés alkalmával, amely szintén visszavezethető a minta eloszlására. (13. ábra)

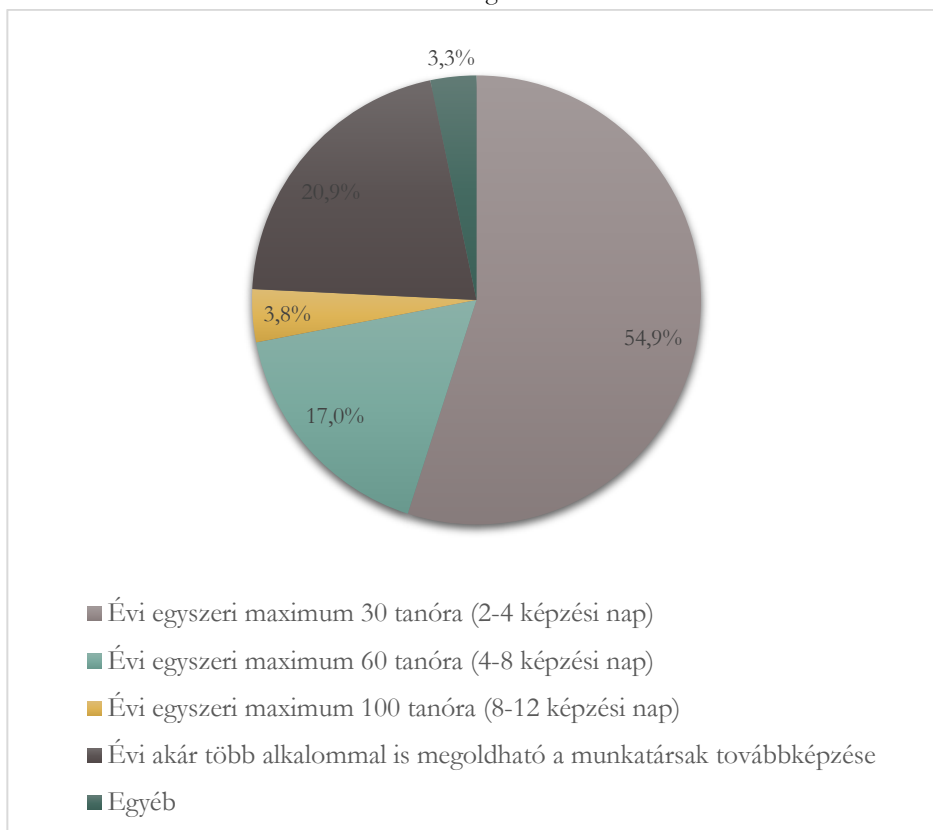
13. ábra: Az alkalmanként továbbképzésre küldendő munkavállalók száma



Forrás: Saját szerkesztés

A lehetséges képzési formát tekintve a válaszadók több, mint háromnegyede (76,2%-a) **tréninget / work-shopot** tart ideálisnak. Szintén magas arányban (42,5%-ban) jelölték meg az E-learning / webinárium képzési formát, hiszen ez a munkavállalók számára is kényelmes, akár saját otthonából végezhető képzési forma. A válaszadók 34,5% arányban tartják a hagyományos tantermi képzést ideális megoldásnak. Az „egyéb javaslatok” között említésre kerül a study tour, különböző gyakorlatorientált képzések, és olyan képzési formák, amelyek során közvetlen tapasztalatátadás történhet a képzésen résztvevő munkavállaló számára. Érdekes és mérlegelendő felvetés, hogy a stratégiaileg fontos, és az adott területen elismert vállalkozások is tarthatnának továbbképzéseket az ágazat többi vállalkozásának munkavállalói számára az ún. best practise, vagyis jól bevált gyakorlatok és tapasztalatok átadásának érdekében. A válaszok között felmerült az elsősegély nyújtás és allergológiai alapismeretekre vonatkozó továbbképzés is, amely témakör napjainkban a vendéglátó egységek számára jelentős kihívás. A képzések hosszát tekintve a kérdőívet **kitöltők több, mint fele (54,9%-a) évi egyszer, maximum 30 tanóra tudná elküldeni a munkavállalóit**, amely körülbelül 2-4 képzési napot jelent. **20,9%-uk mondta azt, hogy akár évi több alkalommal is megoldható a munkavállalók továbbképzése.** (14. ábra) Az „egyéb” felvetésekből az rajzolódik ki, hogy **a munkáltatók hajlandóak akár évi több alkalommal elküldeni a munkavállalóikat, hogy képzéseken vegyenek részt, de csak rövidebb időtartamra, (például 1-2 nap),** amely jelentősen korlátozza a képzések jellegét és típusát. Olyan munkáltató is akadt, aki nyelvi képzésre hosszabb időtartamot szánna, de egyén képzésre maximum 30 órát tudna biztosítani.

14. ábra: A munkáltatók preferenciája a képzések hosszát tekintve, figyelembe véve a munkavállaló esetleges kiesését a munkavégzésből



Forrás: Saját szerkesztés