

POTENCJAŁ ZAWODOWY STUDENTÓW TURYSTYKI NA PROGU WEJŚCIA NA RYNEK PRACY. WYBRANE ASPEKTY

Bożena Alejziak*

Abstrakt

Cel pracy. Rozwój własnego potencjału zawodowego pozwala skutecznie wejść na rynek pracy i dobrze funkcjonować w sferze zawodowej. Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie badań diagnozujących kompetencje i kwalifikacje studentów kształcących się na kierunku turystyka i rekreacja na poziomie studiów magisterskich.

Metoda badań. W badaniach wykorzystano jakościowe metody badań, takie jak wywiad biograficzny, analiza życiorysów zawodowych badanych studentów oraz autorskie narzędzie badawcze, jakim był „Kwestionariusz samooceny zawodowej studenta”.

Wyniki badań. Dzięki przeprowadzonym badaniom ustalono jaki jest potencjał zawodowy młodzieży studenckiej studiującej na ostatnim roku studiów magisterskich na kierunku turystyka i rekreacja w zakresie wiedzy branżowej, znajomości języków obcych, programów rezerwacyjnych, ukończonych kursów i szkoleń, stażu pracy, posiadanych umiejętności zawodowych i in.

Ograniczenia badań i wnioskowania. Badania mają charakter pilotażowy, obejmują więc niezbyt liczną grupę respondentów (73 osoby).

Implikacje praktyczne. Badania ukazują aktywność autokreacyjną studentów turystyki i rekreacji w sferze zawodowej oraz ich opinie na temat przydatności proponowanego im programu kształcenia.

Oryginalność pracy. Prezentowane wyniki badań są jednymi z niewielu tego typu opracowań naukowych, które diagnozują potencjał zawodowy studentów turystyki i rekreacji na etapie wejścia na rynek pracy.

Rodzaj pracy. Artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych.

Słowa kluczowe: potencjał zawodowy, studenci turystyki, rynek pracy

Wprowadzenie

Potencjał zawodowy ma związek z indywidualnym rozwojem zawodowym jednostki w toku całego jej życia. Jego budowanie polega na intencjonalnych, świadomych, celowych działaniach w toku samorealizacji w wyniku, której dochodzi do zmian w osobowości [Pietrasiński, 1990, s.151; Poczowski 2008, s.306]. Podejmowanie różnorodnych działań autokreacyjnych w sferze zawodowej ma związek z cyklem rozwojowym człowieka i zwykle ma to miejsce w fazie wczesnej dorosłości [Levinson 1986, s. 3-13], która według E.Eriksona [1980a] obejmuje okres pomiędzy 19. a 40. r.ż. Stadium to charakteryzuje się poszukiwaniem dróg umożliwiających osiągnięcie niezależności, wybór konkretnego zawodu oraz kierunku studiów, co determinuje w przyszłości perspektywę zatrudnienia. Według A. Poczowskiego [2008, s. 309] etap między 18 a 35 rokiem życia określany jest etapem wczesnej kariery i charakteryzuje się on wyborem oraz nauką zawodu, wejściem w życie zawodowe, nabywaniem doświadczenia zawodowego, a także kształtowaniem się określonej orientacji wobec własnej kariery zawodowej. Następuje w nim prosta reprodukcja zdobytej wcześniej

* dr, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Hotelarstwa; e-mail: bozena.alejziak@awf.krakw.pl.

wiedzy i umiejętności. Na tym etapie docenia się w pracowniku wykształcenie i przygotowanie zawodowe. Znaczenie mają: kierunek, typ i poziom wykształcenia, ranga ukończonej szkoły lub uczelni, odbyte praktyki i staże oraz wszelkie doświadczenia życiowe (np. wyjazdy zagraniczne), a także praca dorywcza [Suchar 2003, s. 17]. Poziom i tempo rozwoju zawodowego [Sekuła 1988, s.127-128], określanego często terminem rozwoju osobistego zależy od ambicji, aspiracji, zdolności, systemu wartości i potrzeb jednostki, a jego wymiernym efektem jest osiągnięcie odpowiedniego poziomu kwalifikacji i kompetencji, najlepiej zgodnego z aktualnymi wymogami rynku pracy.

Kwalifikacje zawodowe pracownika to przede wszystkim wiedza teoretyczna związana z wykształceniem zawodowym, umiejętności praktyczne wynikające ze stażu pracy oraz specyficzne cechy pracownika – nieodzowne lub przydatne w wykonywaniu danego zawodu. W analizie poziomu kwalifikacji zawodowych pracowników uwzględnia się najczęściej dwa kryteria: wykształcenie i staż pracy [Tokarz 2009, s. 169].

Natomiast kompetencje to zdolności zawodowe pracowników (wiedza, umiejętności, doświadczenie, postawy, wartości, uzdolnienia i predyspozycje), gotowość pracownika do działania w danych, często zmieniających się warunkach oraz zdolność przystosowania się do nich [Orczyk 2009; Sajkiewicz 2008; Armstrong 2007, s. 152; Oleksyn 2006; Robbins 2004; Filipowicz 2004; Lourat 1995; Thierry, Sauret, Monod 1994, s. 6]. Kompetencje pracownicze [Tyrańska, 2011, s. 277¹] to potencjał przyczyniający się do osiągania określonych wyników jednostki [Armstrong 2000, s. 241], cechy, dzięki którym jednostka może z powodzeniem oraz w sposób godny naśladowania realizować swoje działania [Dubois, Rothwall 2008, s. 26] wiedza, umiejętności, zdolności lub cechy osobowości, które bezpośrednio wpływają na pracę danej osoby [Becker, Huselid, Ulrich (2002, s.162)]. Warto podkreślić także, iż kompetencje pracowników (wiedza, doświadczenie, umiejętności, cechy osobowościowe, postawy, zdolności) stanowią kapitał ludzki każdej z organizacji [Armstrong 2007, s. 323], stanowiący siłę napędową rozwoju w efektywnym zarządzaniu firmą [Juchnowicz, 2004, s. 69]. Kompetencje nabywane są i kształtowane w toku kształcenia nieformalnego lub autoedukacji [Jankowski 2012, s.136] oraz w trakcie tzw. „treningu społecznego [Matczak 2011; Knopp 2007, s. 37 – 66]. Także w toku kształcenia formalnego, co na poziomie szkolnictwa wyższego potwierdzają Krajowe Ramy Kwalifikacji, które definiują efekty kształcenia w trzech kategoriach takich, jak [Chmielecka 2010, s. 13]: wiedza (związana z

¹ Mówiąc o kompetencjach pracowniczych w literaturze przedmiotu można spotkać wiele terminów pokrewnych, którym przypisuje się podobne znaczenie, a mianowicie „potencjał kwalifikacyjny”, „potencjał ludzki”, czy „kapitał ludzki”.

określoną dziedziną pracy lub nauki), umiejętności (czyli zdolność praktycznego zastosowania wiedzy), kompetencje społeczne (czyli złożone umiejętności, które umożliwiają efektywne radzenie sobie w sytuacjach społecznych określonego typu) [Matczak 1994].

Z powyższego wynika, że student kończący wyższą uczelnię powinien być wyposażony w odpowiedni potencjał zawodowy, który przez E.Babbie [2007] definiowany jest jako zawarta w każdym człowieku całość zasobów wiedzy fachowej, umiejętności, doświadczenia, cech osobowości, wartości, celów życiowych. Samoświadomość i rozwój własnego potencjału zawodowego pozwala skutecznie wejść na rynek pracy i dobrze funkcjonować w przyszłości w sferze zawodowej, co określane jest jako umiejętność zarządzania własną karierą [Briscoe, Hall 2006, 69, s. 4-18].

Analizując literaturę przedmiotu w kontekście badań na temat kompetencji, kwalifikacji oraz potencjału zawodowego młodzieży studenckiej, a także potrzeb rynku pracy, można zauważyć, że w ostatniej dekadzie były one podejmowane przez wielu badaczy. Tak więc M. Andrałojć [2011; 2014, s. 185] zrealizowała projekt, w którym poddano analizie kompetencje studentów szkół ekonomicznych z perspektywy studentów, pracodawców oraz nauczycieli akademickich. M.Jelonek [2011] przeanalizowała decyzje odnośnie wyboru uczelni i kierunku kształcenia, poziom aktywności edukacyjnej i zawodowej studentów, aspiracje zarobkowe. W projekcie badawczym zrealizowanym przez M.Jakubiak [2013] przedmiotem ekspertyzy były rozważania dotyczące potencjału zawodowego specjalistów – absolwentów szkół ponadgimnazjalnych i uczelni wyższych w województwie lubelskim. Z kolei R.Ziółkowski [2013] dokonał analizy potrzeb zatrudnienia w sektorze turystycznym w regionie Polski północno-wschodniej. Natomiast A.Wartecka-Ważyńska [2014] zdiagnozowała kompetencje praktyczno-zawodowe, organizacyjno-menedżerskie oraz przygotowanie do kierowania ludźmi i pracy wychowawczej studentów kierunku turystyka i rekreacja akademii wychowania fizycznego, z punktu przydatności ich na rynku pracy. Szereg badań dotyczących diagnozy potrzeb rynku pracy zostało zrealizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach projektu Bilans Kapitału Ludzkiego. Wiodącym ich autorem jest J. Górniak, pod którego redakcją zostały opublikowane następujące opracowania: „Polski rynek pracy – wyzwania i kierunki działań na podstawie badań 2010–2015” [2015], „Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki [2014], „Młodość czy doświadczenie? Kapitał ludzki w Polsce” [2013], poświęcony młodym absolwentom szkół, którzy wchodzi na rynek pracy oraz osobom starszym. Dla uczelni wyższych istotne znaczenie ma także publikacja A.Jawor-Joniewicz „Biznes dla edukacji” [2014] omawiająca problemy i trudności firm z rekrutacją nowych pracowników.

Na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki przeprowadzono także badanie dotyczące losów absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki [Zarzecki, Borne-Januła, Jaroszek, Puchalska, Piotrowska, Noiszewski 2010; Szadkowska 2015, s. 9].

Cel i metoda

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie badań pilotażowych, które dotyczą diagnozy potencjału zawodowego studentów kierunku „turystyka i rekreacja” na progu wejścia na rynek pracy. Aby zrealizować założony cel, główne pytanie badawcze sformułowano następująco: Jakie kwalifikacje i kompetencje posiadają studenci kierunku turystyka i rekreacja kończący edukację na poziomie studiów wyższych? Realizując badania podjęto próbę ustalenia:

- poziomu wiedzy formalnej studentów wynikającej z programu nauczania na studiach magisterskich, potwierdzoną średnią ocen uzyskaną na koniec studiów (dane z dziekanatu);
- opinii studentów na temat przydatności wiedzy uzyskanej w toku studiów w kontekście potrzeb rynku pracy;
- poziomu oraz zakresu znajomości języków obcych, posiadanych przez studentów kursów zawodowych, umiejętności związanych z obsługą programów komputerowych (biurowych oraz branżowych);
- stażu pracy studentów związanego z działalnością w branży turystycznej oraz poza branżą;
- opinii studentów na temat posiadanych przez nich umiejętności, osiągnięć zawodowych oraz deklarowanych wartości zawodowych.

Badania przeprowadzono w 2014 roku, a respondentami byli studenci ostatniego roku studiów uzupełniających magisterskich, studiujący w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie na kierunku „turystyka i rekreacja, realizujący specjalność „turystyka biznesowa i motywacyjna” na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych.

Specyficzny charakter sprawności zawodowej człowieka uwarunkowany jest trudnymi do mierzenia i precyzyjnego ujęcia psychospołecznymi wyznacznikami działania, dlatego w badaniach wykorzystano jakościowe metody badań. Jedną z nich była metoda profesjograficzna [Czarnecki, Kowolik 2011, s. 9-18]², gdzie narzędziem badawczym był wywiad biograficzny oraz analiza życiorysów zawodowych badanych studentów.

² Metoda profesjograficzna posiada podbudowę teoretyczną opartą na „biografii ogólnej” oraz „metodzie biograficznej”. Przedmiotem naukowych badań profesjologii jest poznawanie zawodowego rozwoju człowieka jako jednej z istotnie ważnych kategorii jego rozwoju ogólnego [Czarnecki, Kowolik 2011, s.11].

Wykorzystano także autorskie narzędzie badawcze, jakim był „Kwestionariusz samooceny zawodowej studenta”. E.Aronson uważa, że samoocena jest ważnym elementem obrazu samego siebie i polega na „dokonywaniu przez ludzi oszacowania wartości samych siebie, to znaczy rozmiaru, w jakim spostrzegają siebie jako dobrych, kompetentnych i przyzwoitych” [Aronson, Wilson, Akert 1997, s. 680]. Kwestionariusz ma charakter autodiagnostyczny i zawiera kilkanaście pytań otwartych diagnozujących kwalifikacje, kompetencje, osiągnięcia edukacyjne i zawodowe, aspiracje, mocne i słabe strony młodzieży studenckiej oraz deklarowane przez nich wartości. Swobodne wypowiedzi studentów poddano wnikliwej analizie, a następnie, tam gdzie było to możliwe dokonano kategoryzacji odpowiedzi respondentów, prezentując je tabelarycznie. Ze względu na obszerność materiału badawczego, w niniejszym artykule przedstawiono tylko wybrane aspekty zdiagnozowanego potencjału zawodowego badanych osób.

Prezentacja wyników badań

W badaniach wzięło udział 73 respondentów, było to 72,6% kobiet i 27,4% - mężczyzn. Większość stanowili studenci studiów stacjonarnych, tj. 82,2%, pozostali niestacjonarnych (17,8%). Byli to w zdecydowanej większości absolwenci studiów licencjackich Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, którzy ukończyli kierunek Turystyka i Rekreacja, specjalność obsługa ruchu turystycznego lub hotelarstwo (89%). Pozostałe osoby (11%), to absolwenci innych uczelni.

Poziom wiedzy z zakresu turystyki

Jednym z warunków otrzymania pracy w turystyce jest merytoryczna wiedza branżowa, którą studenci przyswajają realizując proponowany im przez uczelnie wyższe program kształcenia. Poziom przyswojenia wiedzy odzwierciedla średnia ocen z wszystkich przedmiotów zrealizowanych przez słuchacza w toku nauczania na danej specjalności, wyliczona przez dziekanat na koniec studiów. Z uzyskanych danych wynika, że poziom wiedzy formalnej z zakresu realizowanej przez respondentów specjalności „turystyka biznesowa i motywacyjna” jest dość zróżnicowany. Średnie oceny można sklasyfikować w trzech przedziałach: od 3.0- 3.5 (31,51%), od 3.6-4.0 (35,62%), powyżej 4.0 (32,88%), z których wynika, że większość studentów (68,50%) dość dobrze przyswoiła branżową wiedzę.

Analizując wymagania pracodawców zaprezentowane w *Raporcie Bilans Kapitału Ludzkiego* [Strzebońska, Kocór 2013, s. 59-61] można zauważyć, że posiadanie wyższego wykształcenia II stopnia jest szczególnie przydatne, a wręcz nawet konieczne aby zostać zatrudnionym lub awansować na stanowisko specjalisty, co wynika z wypowiedzi ponad 4/5 pracodawców. Ponadto, jak zauważa J.Górniak [2014, s. 42] wymagania dotyczące poziomu

wykształcenia kandydatów do pracy w określonym zawodzie publikowane w 2013 r. w ofertach pracy potwierdzają zidentyfikowany od 2010 r. trend, że: im bardziej są złożone obowiązki wykonywane w pracy, tym oczekiwany jest wyższy poziom wykształcenia od kandydata. Prawidłowość ta ma charakter międzybranżowy. Generalnie od zawodów kierowniczych i specjalistycznych pracodawcy oczekiwali przede wszystkim wykształcenia wyższego, od pracowników średniego szczebla, biurowych oraz sprzedawców – średniego.

Warto jednak zaznaczyć (co wydaje się niepokojące), że znaczenie wykształcenia wyższego w selekcji kandydatów zmniejsza się. Jak podkreślają Autorzy *Raportu*, można ostrożnie wnioskować, że pracodawcy poszukujący specjalistów do pracy dostrzegają stopniowe pogarszanie się poziomu wykształcenia i zaczynają brać pod uwagę inne kryteria – przede wszystkim posiadane doświadczenie zawodowe. Potwierdzeniem tej tezy była waga przykładana przez pracodawców do wymagań formułowanych w ofertach pracy, gdzie doświadczenie zawodowe było ważniejsze niż wykształcenie kandydatów.

Opinie studentów na temat jakości kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja

Z punktu widzenia przydatności przekazywanej studentom wiedzy na turystycznym rynku pracy, ważne wydawały się także subiektywne ich odczucia na temat jakości kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja, tym bardziej, że większość badanych osób to studenci krakowskiego AWF-u. Z wypowiedzi respondentów wynikało, iż prawie dwie trzecie (69,86%) oceniło: wysoko (43,84%) lub bardzo wysoko (26,03%) poziom kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja, co potwierdzałoby przydatność wiedzy na turystycznym rynku pracy. Co piąty badany (19,18%) uznał jednak, że poziom kształcenia jest średni, a co dziesiąty (10,96%), że dostateczny.

Poproszono również badaną młodzież o opinię na temat mocnych i słabych stron kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja na krakowskim AWF-ie, a wyniki na ten temat prezentuje tabela 1.

Z wypowiedzi badanych osób wynika, że mocną stroną kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja jest przede wszystkim odpowiednio przygotowany program nauczania, co zaważyła zdecydowana większość respondentów (68,30%). Na atrakcyjność oferty edukacyjnej wpływają organizowane przez wykładowców wyjazdy, wycieczki, zajęcia terenowe (20,5%), wszechstronność i kompleksowość programu nauczania (19,2%), ciekawe przedmioty (12,3%). Połowa badanych osób (50,60%) doceniła odpowiednio wykwalifikowaną kadrę, która według młodzieży studenckiej prezentuje wysoki poziom nauczania, jest zaangażowana w działalność dydaktyczną oraz proponuje słuchaczom zajęcia w atrakcyjnej formie.

Analizując z kolei słabe strony kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja można zauważyć, że uwag krytycznych jest nieco więcej. Pozytywnym faktem jest jednak to, iż w mniejszym zakresie dotyczą one wykładowców, gdzie co dziesiąty respondent zauważył, iż niektórzy z nich korzystają z niezbyt nowoczesnych metod nauczania (9,60%) lub czasami są nieobowiązkowi (9,60%). W większości jednak uwagi dotyczyły programu nauczania, który według badanych studentów zawiera: m.in. zbyt mało zajęć praktycznych (34,20%), nieprzydatne zajęcia (20,50%), zbyt dużo przedmiotów ogólnych, teorii (19,20%), zbyt mało zajęć fizycznych, sportowych (12,30%), godzin języków obcych (12,30%), zajęć o tematyce kierunkowej, specjalistycznej, turystycznej (11,00%).

Tabela 1. Mocne i słabe strony kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja

Table 1. Weak and strong sides of education at the tourism and recreation study major

Mocne strony kształcenia TiR AWF	Ogółem		Słabe strony kształcenia TiR AWF	Ogółem	
	N	%		N	%
Wykwalifikowana kadra	26	35,60	Zbyt mało zajęć praktycznych	25	34,20
Wyjazdy, wycieczki, zajęcia terenowe	15	20,50	Nieprzydatne zajęcia	15	20,50
Wszechstronność, kompleksowość oferty edukacyjnej	14	19,20	Zbyt dużo przedmiotów ogólnych, teorii	14	19,20
Ciekawe zajęcia, przedmioty	9	12,30	Zbyt mało zajęć fizycznych, sportowych	9	12,30
Możliwość rozwoju	5	6,80	Zbyt mała liczba godzin języków obcych	9	12,30
Perspektywa na pracę, zajęcia przydatne w zawodzie	5	6,80	Zbyt mało zajęć o tematyce kierunkowej, specjalistycznej, turystycznej	8	11,00
Wysoki poziom nauczania	5	6,80	Przestarzałe metody nauczania	7	9,60
Dobra infrastruktura uczelni, atrakcyjne obiekty	4	5,50	Nieobowiązkowość wykładowców (odwoływanie zajęć, spóźnianie itp.)	7	9,60
Dobra atmosfera	4	5,50	Zły harmonogram zajęć, przeladowany harmonogram	7	9,60
Zaangażowana kadra wykładowców	3	4,10	Zbyt mało wyjazdów, wycieczek	6	8,20
Atrakcyjne formy zajęć	3	4,10	Zbyt mało przedmiotów związanych z geografią	3	4,10
Kształcenie ściśle związane z turystyką	2	2,70	Mało atrakcyjne formy zajęć	2	2,70
Brak odpowiedzi	16	21,90	Brak odpowiedzi	17	23,30
Podstawa	73	100,00	Podstawa	73	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Można przypuszczać, iż powyższe stanowisko respondentów, może wynikać z faktu, że większość z nich pracowało lub pracuje zawodowo i zapoznało się już z oczekiwaniami pracodawców w branży turystycznej, dlatego krytycznie oceniają ogólniakademicki charakter kształcenia. Według badanych studentów wymienione powyżej mankamenty programowe nie sprzyjają skuteczności w poszukiwaniu pracy oraz szybkiej adaptacji w branży turystycznej. Warto jednak podkreślić, iż opinie studentów turystyki i rekreacji nie są

odosobnione. Podobne wyniki uzyskano w trakcie realizacji projektu *Studenci – przyszłe kadry polskiej gospodarki. Raport z badań studentów i analizy kierunków kształcenia realizowanych w 2010 r. w ramach projektu „Bilans Kapitału Ludzkiego”* wykonanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Z badań wynika, że aż 1/4 badanych (ponad 7000 uczących się) deklaruje, że wiedza przekazywana w trakcie kształcenia na studiach wyższych nie posiada istotnego przełożenia praktycznego zwiększając szansę na znalezienie zatrudnienia [Jelonek, s.35].

Krytyczne uwagi na temat proponowanego studentom programu kształcenia wynikają także z faktu, iż młodzi ludzie odczuwają potrzebę ukończenia studiów wyższych, ale nie zawsze są one zgodne z ich zainteresowaniami, czego przykładem jest poniższa wypowiedź, który w badanej grupie nie była wyjątkiem:

„Otóż nie widzę siebie w branży turystycznej. To co mnie interesuje to fotografia i w tym się chcę rozwijać. Studia „ciągnę” cały czas głównie po to, by nie zawieść swojej rodziny. Turystyka była wyborem raczej nietrafionym, podjętym w wyniku niezdecydowania i zamiłowania do podróżowania”.

Z powyższego wynikałoby, iż wszelkie zamiany programowe mające na celu podnieść atrakcyjność studiowania na kierunku turystyka i rekreacja nie wpłyną na zmianę opinii tej grupy respondentów ponieważ realizuje ona swoje pasje w zupełnie innych dziedzinach. Dodatkowo warto także podkreślić, że badana młodzież studencka prezentuje tzw. generację Y³ [Wojtaszczyk 2013], która ze swej istoty jest bardziej roszczeniowa w stosunku do otoczenia, posiada wysokie mniemanie o swoich umiejętnościach, przekonanie o własnej wyjątkowości oraz wartości, a także posiada nadmierne oczekiwania w stosunku do otoczenia [Harvey 2013; Fazlagić 2008, s. 13–16; Chester 2006; Martin 2005, s.24 i s. 39–44], co nie zawsze koreluje z posiadaną przez nich wiedzą z zakresu turystyki i poziomem dojrzałości zawodowej.

Znajomość języków obcych

Ważnym wyznacznikiem atrakcyjności kandydata na turystycznym rynku pracy jest znajomość języków obcych. Zapytano więc studentów ile, jakie i na jakim poziomie znają

³ Aktywnymi uczestnikami rynku pracy w Polsce w dzisiejszych czasach są cztery różne generacje o odmiennych wartościach, postrzeganiu pracy i płacy: tradycjoniści (urodzeni w latach 1922–1945), baby boomers (1946–1964), pokolenie X (1965–1979) i pokolenie Y (1980–2000), czyli osoby wychowane w „wolnym kraju”, w dobie Internetu, wszechobecnej technologii, zachodzących na świecie procesów globalizacji zarówno ekonomicznej jak i społecznej, wojny z terrorem.

języki obce (tabela 2). Z wypowiedzi respondentów wynika, że najwięcej osób (45,20%) zna dwa języki obce. Co czwarty badany (24,70%) włada trzema językami obcymi, a niektórzy nawet czterema (8,20%). Tylko co piąty student (21,90%) zadeklarował znajomość jednego języka obcego, którym zwykle jest język angielski. W turystyce oprócz ilości ważny jest także poziom znajomości języków, co wynika z częstych i bezpośrednich relacji z otoczeniem zewnętrznym, które tworzą klienci i kontrahenci. Stosując europejską nomenklaturę poziomu znajomości języków obcych, określonych literowo: A, B, C, ustalono jaki ich poziom prezentuje badana grupa osób.

Tabela 2. Znajomość języków obcych oraz stopień ich zaawansowania
Table 2. Familiarity with foreign languages and the degree of fluency

Język obcy / stopień zaawansowania	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%	N	%
angielski podstawowy (A1, A2)	9	12,33	7	13,21	2	10,00
angielski średni (B1, B2)	47	64,38	35	66,04	12	60,00
angielski zaawansowany (C1, C2)	17	23,29	12	22,64	5	25,00
niemiecki podstawowy (A1, A2)	18	24,66	12	22,64	6	30,00
niemiecki średni (B1, B2)	5	6,85	3	5,66	2	10,00
niemiecki zaawansowany (C1, C2)	5	6,85	4	7,55	1	5,00
rosyjski podstawowy (A1, A2)	15	20,55	12	22,64	3	15,00
rosyjski średni (B1, B2)	1	1,37	1	1,89	0	0,00
rosyjski zaawansowany (C1, C2)	1	1,37	1	1,89	0	0,00
hiszpański podstawowy (A1, A2)	6	8,22	4	7,55	2	10,00
hiszpański średni (B1, B2)	5	6,85	4	7,55	1	5,00
włoski podstawowy (A1, A2)	6	8,22	5	9,43	1	5,00
włoski zaawansowany (C1, C2)	1	1,37	1	1,89	0	0,00
francuski podstawowy (A1, A2)	14	19,18	9	16,98	5	25,00
francuski średni (B1, B2)	2	2,74	2	3,77	0	0,00
portugalski podstawowy (A1, A2)	1	1,37	1	1,8	0	0,00
grecki podstawowy (A1, A2)	2	2,74	2	3,77	0	0,00
Podstawa	73	100,00	53	100,00	20	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Na podstawie deklaracji respondentów ustalono, że wszyscy władają językiem angielskim. Większość (64,38%) na poziomie średniozaawansowanym (B1, B2), 23,29% na poziomie zaawansowanym (C1 C2), pozostali 12,33% na poziomie podstawowym (A1, A2). Drugim językiem obcym, jaki najczęściej znają studenci jest język niemiecki na poziomie A1, A2 (24,70%), rosyjski na poziomie A1, A2 (20,50%), francuski: A1, A2 (19,20%). Analizując rozkład wyników ze względu na płeć, można zauważyć, iż kobiety znają więcej języków obcych niż mężczyźni oraz poziom ich znajomości jest bardziej zaawansowany. Warto podkreślić, iż prezentowane przez studentów kwalifikacje językowe wpisują się w

oczekiwania pracodawców branży turystycznej, bowiem jak wynika z badań przeprowadzonych w krakowskich biurach podróży i hotelach dominuje tam język angielski oraz niemiecki, co z punktu widzenia obsługi międzynarodowego ruchu turystycznego wydaje się być uzasadnione [Alejziak 2014, s. 126]. Konieczność posiadania kompetencji językowych potwierdzają również badania prowadzone przez PARP *Bilans Kapitału Ludzkiego*, z którego wynika, iż są one drugim pod względem ważności wymaganiem wobec kandydatów do pracy, szczególnie na stanowiskach specjalistów⁴.

Staż pracy oraz doświadczenie zawodowe

Wartość kandydata na rynku pracy w dużej mierze uzależniona jest od posiadania konkretnych umiejętności zawodowych, które młodzież nabywa w trakcie praktyk lub pracy zawodowej. Powyższą tezę potwierdza Raport *Bilans Kapitału Ludzkiego*, z którego wynika, że szczególnie przy zatrudnianiu na stanowiska specjalistyczne, dla pracodawców znaczenie ma staż pracy oraz posiadane referencje [Strzebońska, Kocór 2013, s. 66], a do takich właśnie stanowisk (lub wyższych) aspirują studenci turystyki i rekreacji, kończący studia II stopnia.

Należy jednak zauważyć iż łączenie edukacji na poziomie szkoły wyższej oraz pracy zawodowej to dla młodego człowieka sytuacja bardzo trudna organizacyjnie, musi bowiem potrafić umiejętnie zarządzać czasem, tak by zgodnie z wyznaczonym terminem zrealizować program nauczania oraz dobrze wypełniać obowiązki zawodowe przydzielone przez pracodawcę. Pomimo wielu trudności jakie napotykają na swojej drodze, jak wynika z wypowiedzi wielu respondentów, praca zawodowa jest dla nich bardzo ważna, gdyż spełnia rozliczne ich potrzeby takie, jak: samorealizacji, własnego rozwoju, ciągłego doskonalenia (68,9%), zdobycia doświadczenia zawodowego (33,5%), realizacji własnych podstawowych potrzeb (np. kupno potrzebnych ubrań i innych podstawowych rzeczy) (32,9%), konieczność opłacenia własnych studiów (29,9%). A dla wielu respondentów jest ona koniecznością życiową (23,2%). Spełnia także potrzebę częściowej niezależności finansowej od rodziców (21,3%), ułatwia realizację własnych potrzeb związanych z czasem wolnym (rekreacja, turystyka) (14,0%), stwarza możliwość całkowitej niezależności finansowej od rodziców (samodzielne życie i mieszkanie) (16,5%), spełnia potrzebę prestiżu i uznania (11,6%), stwarza możliwość utrzymania się na studiach (mieszkanie, wyżywienie, zakup potrzebnych rzeczy) (7,3%). Aby zrealizować powyższe potrzeby studenci podejmują zatrudnienie w różnych branżach (tabela 5), a posiadany przez nich staż pracy prezentuje tabela 4. Wiadomo

⁴ Strzebońska, Kocór 2013, s. 64.

bowiem, że im jest on dłuższy, tym atrakcyjność kandydata na turystycznym rynku pracy wzrasta.

Analizując wypowiedzi studentów łatwo można dostrzec, że są to osoby cechujące się dość dużą aktywnością zawodową. Zdecydowana większość z nich pracowała albo w dalszym ciągu pracuje zawodowo. Znaczna grupa respondentów (23,30%) posiada staż pracy około dwóch lat, a 38,30% dłużej niż 4 lata, z czego wynika, że osoby te pracowały przez prawie cały okres studiów.

Staż pracy, jaki posiadają respondenci jest zawiązany z nabywaniem doświadczenia zawodowego, tak cennego z punktu widzenia pracodawców. Szczególnie ważne jest doświadczenie zdobyte w branży turystycznej. Dlatego zapytano studentów czy kiedykolwiek pracowali w branży turystycznej, a jeśli odpowiedź była twierdząca, to jak długo (tabela 5). Z wypowiedzi badanych osób wynika, że doświadczenie zawodowe związane z pracą w branży turystycznej posiada prawie dwie trzecie respondentów (76,70%). Tylko co trzeci badany (27,40%) nigdy nie pracował w żadnym przedsiębiorstwie turystycznym.

Tabela 3. Staż pracy zawodowej studentów turystyki
Table 3. Professional job seniority of tourism students

Staż pracy	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%	N	%
Do 1 roku pracy	10	13,70	8	15,10	2	10,00
Między 1-2 lata pracy	17	23,30	16	30,20	1	5,00
Między 2.1-3 lata pracy	7	9,60	6	11,30	1	5,00
Między 3.1-4 lat pracy	6	8,20	2	3,80	4	20,00
Między 4.1-5 lat pracy	10	13,70	6	11,30	4	20,00
Między 5.1-6 lat pracy	9	12,30	5	9,40	4	20,00
Powyżej 6 lat pracy	9	12,30	7	13,20	2	10,00
Nie pracował	5	6,80	3	5,70	2	10,00
Podstawa	73	100,00	53	100,00	20	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Tabela 4. Doświadczenie zawodowe studentów turystyki
Table 4. Professional experiences of tourism students

Doświadczenie zawodowe	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%	N	%
Doświadczenie zawodowe w branży turystycznej i poza nią	36	49,30	29	54,70	7	35,00
Doświadczenie zawodowe tylko poza branżą turystyczną	20	27,40	11	20,80	9	45,00
Doświadczenie tylko w branży turystycznej	12	16,40	10	18,90	2	10,00
Brak doświadczenia zawodowego	5	6,80	3	5,70	2	10,00
Podstawa	73	100,00	53	100,00	20	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Z danych, które prezentuje tabela 4 i 5 można zauważyć, że kobiety i mężczyźni wykazują się w podobnym zakresie aktywnością zawodową w toku całej swojej edukacji. Więcej kobiet zadeklarowało jednak, że posiada staż pracy związany z branżą turystyczną, mężczyźni z kolei częściej podejmowali pracę w innych gałęziach gospodarki.

Z Raportu *Bilans Kapitału Ludzkiego* opracowanego przez J.Górniaka [2014, s. 42] wynika, że niezależnie od branży działalności pracodawcy, im niższy zawód w hierarchii zawodów ISCO jest poszukiwany, tym niższym średnim wymiarem odbytego stażu pracy może wykazać się kandydat w procesie rekrutacji. I odwrotnie. Ponadto posiadanie pozytywnych referencji, czyli dokumentu, w którym poprzedni pracodawca rekomenduje pracownika następnym pracodawcom, szczególnie cenione jest w procesie aplikowania na stanowiska dedykowane pracownikom umysłowym, zwiększając „dostęp” do średnio 40% ofert z puli propozycji zatrudnienia im przypisanych.

Kursy branżowe

Oprócz formalnego wykształcenia w branży turystycznej przydatne są jeszcze dodatkowe kwalifikacje w postaci różnorodnych kursów. Pytając studentów turystyki o powyższy obszar, okazało się, że najwięcej osób ukończyło kurs wychowawcy kolonijnego (19,20%), pilota wycieczek (16,40%), animatora czasu wolnego (15,10%) oraz instruktora sportów całorocznych (9,60%). Różnorodność kursów jest znacznie większa, co pokazuje tabela 3, jednak liczba respondentów, która je ukończyła nie jest zbyt duża. Analizując rozwój zawodowy w kontekście płci badanych osób, można zauważyć, iż kobiety są znacznie bardziej aktywne i posiadają więcej dodatkowych kwalifikacji niż mężczyźni.

Przydatność wielu kursów, które posiadają studenci potwierdza analiza potrzeb pracodawców krakowskich przedsiębiorstw turystycznych, z której wynika, że w branży turystycznej cenniejszymi kwalifikacjami jest posiadanie kursu pilota wycieczek (41,2%), animatora czasu wolnego (23,5%), wychowawcy kolonijnego (20,6%) i rezydenta (14,7%) [Alejziak 2014, s. 128]. Kluczowe jednak znaczenie ma umiejętność obsługi klienta, znajomość technik sprzedaży (82,4%) oraz umiejętność obsługi programów rezerwacyjnych (82,4%). Warto jednak zauważyć, iż powyższe umiejętności studenci zdobywają w toku studiów, realizując przedmiot „Obsługa klienta”, dlatego nie muszą oni uczestniczyć w dodatkowych kursach z tego zakresu.

Tabela 5. Kursy branżowe samodzielnie zrealizowane przez studentów turystyki poza obowiązkowym programem kształcenia

Table 5. Industry courses completed independently by tourism students outside of the mandatory curriculum

	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%	N	%
pilot wycieczek	12	16,40	10	18,90	2	10,00
wychowawca kolonijny	14	19,20	13	24,50	1	5,00
animator czasu wolnego	11	15,10	9	17,00	2	10,00
instruktor sportów zimowych	3	4,10	1	1,90	2	10,00
instruktor sportów letnich	4	5,50	4	7,50	0	0,00
instruktor sportów całorocznych	7	9,60	5	9,40	2	10,00
obsługa programów rezerwacyjnych	1	1,40	1	1,90	0	0,00
obsługa klienta	5	6,80	4	7,50	1	5,00
kurs pedagogiczny	2	2,70	2	3,80	0	0,00
kurs związany z gastronomią, kucharz, barista, kelner	2	2,70	2	3,80	0	0,00
obsługa programów gastronomicznych	1	1,40	1	1,90	0	0,00
kurs managerski, zarządzanie	5	6,80	4	7,50	1	5,00
agent reklamy	2	2,70	2	3,80	0	0,00
angielski w turystyce	3	4,10	3	5,70	0	0,00
Prawo jazdy	8	11,00	5	15,15	3	15,00
Brak odpowiedzi	28	38,40	15	28,30	13	65,00
Podstawa	73	100,00	53	100,00	20	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Znajomość programów komputerowych biurowych i rezerwacyjnych

Znajomość obsługi programów biurowych to we współczesnych czasach podstawowa umiejętność, którą młodzież kształci praktycznie w toku całego procesu edukacji szkolnej. Z kolei, z programami stosowanymi w branży turystycznej, hotelarstwie czy gastronomii zapoznaje się najczęściej w trakcie odbytego kursu, praktyki zawodowej lub pracy w przedsiębiorstwie turystycznym.

Jak wynika z badań, wszyscy studenci potrafią obsługiwać podstawowe programy biurowe, a co dziesiąta osoba (9,60%) zna także programy graficzne. Natomiast odnośnie programów branżowych, to najwięcej osób (31,50%) potrafi obsługiwać systemy rezerwacyjne. Znajomość innych programów jest nieco słabsza, co pokazuje tabela 6. Można jednak założyć, że znaczna część badanych osób dobrze poradziłaby sobie w pracy w obsłudze ruchu turystycznego, bowiem jak wynika z analizy potrzeb pracodawców w tym sektorze dominuje duża różnorodność stosowanych programów rezerwacyjnych. Najczęściej jednak wykorzystywany jest program MerlinX (26,7%) oraz Amadeus (20%) [Alejziak 2014, s.129].

Tabela 6. Znajomość programów komputerowych biurowych i branżowych
Table 6. Acquaintance with office and industry-related computer programmes

	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N	%	N	%	N	%
MS Office	71	97,30	51	96,20	20	100,00
programy gastronomiczne	2	2,70	2	3,80	0	0,00
systemy rezerwacyjne	23	31,50	18	34,00	5	25,00
systemy fakturowe	3	4,10	3	5,70	0	0,00
program hotelowy	5	6,80	5	9,40	0	0,00
programy graficzne	7	9,60	5	9,40	2	10,00
program kadry i płace	2	2,70	2	3,80	0	0,00
Brak odpowiedzi	1	1,40	1	1,90	0	0,00
Podstawa	73	100,00	53	100,00	20	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Umiejętności, cechy osobowe, wartości oraz osiągnięcia zawodowe studentów

Doświadczenie zawodowe nie zawsze jest kluczowym kryterium decydującym o przyjęciu do pracy [Dębowski, Smyczek 2014, s.6] Szczególnie w branży turystycznej, jako sferze usługowej na plan pierwszy wysuwają się często tak zwane kompetencje miękkie [Armstrong 2007, s. 153], które warunkują dobre funkcjonowanie z ludźmi i tworzenie otwartych relacji społecznych.

Dlatego badanych studentów poproszono o dokonanie samooceny własnego potencjału zawodowego w takich sferach, jak umiejętności zawodowe, cechy osobowe i wartości oraz osiągnięcia zawodowe, które mogą być przydatne w sektorze usług turystycznych.

Analizując listę umiejętności, na temat których wypowiedzieli się badani studenci można zauważyć, że wpisują się one w trzy obszary. Są to:

- umiejętności społeczne, takie jak: praca w grupie (50,70%), zdolności interpersonalne (47,90%), asertywność (12,30%), komunikatywność (31,50%), elastyczność, łatwość dostosowania się (17,80%), umiejętność słuchania (9,60%), obsługa klienta (8,20%);
- umiejętności osobiste/indywidualne: umiejętności organizacyjne (47,90%), radzenie sobie w trudnych sytuacjach (31,50%), twórcze (26,00%), szybkie uczenie się, łatwość uczenia się (15,10%), umiejętność podejmowania decyzji, analitycznego myślenia (12,30%), zdolności przywódcze (8,20%), radzenie sobie ze stresem (5,50%);
- umiejętności artystyczne: plastyczne, muzyczne (4,10%) oraz sportowe (8,20%).

Warto podkreślić, iż w branży usług turystycznych najważniejsze znaczenie mają umiejętności społeczne, które sprawiają, że jednostki są zdolne do wywierania pożądanego

wpływu na innych oraz tworzenia otwartych, życzliwych relacji [Argyle, 2002, s. 105-117] ważnych podczas bezpośrednich kontaktów z klientem oraz sprzedaży oferty turystycznej.

Wielu pracodawców podkreśla, że w pracy w turystyce ważne są także odpowiednie **cechy osobowe**. Poproszono więc studentów o samoocenę w tym zakresie. Analizując ich wypowiedzi, podobnie jak w przypadku umiejętności, również można było wyszczególnić dwie kluczowe grupy cech:

- jedna ważna jest z punktu widzenia rozwoju społecznego i tworzenia relacji interpersonalnych, czyli: otwartość (28,80%), uczciwość (27,40%), komunikatywność (26,00%), szczerowość, życzliwość (13,70%), pomoc innym, uczynność, empatia (11,00%), wrażliwość (6,80%), wyrozumiałość, tolerancja (2,70%);
- druga ma związek z indywidualnym / osobistym rozwojem jednostki: pracowitość, sumienność, obowiązkowość, punktualność (64,40%), odpowiedzialność (32,90%), wytrwałość, cierpliwość, konsekwencja (31,50%), kreatywność (24,70%), optymizm (19,20%), samodzielność (12,30%), zaangażowanie (12,30%), ambicja (11,00%), lojalność (11,00%), poczucie humoru (9,60%), inteligencja, mądrość (5,50%).

Z punktu widzenia rozwoju zawodowego istotne znaczenie mają także **wartości**, które służą jako punkty orientacyjne w skomplikowanej rzeczywistości społecznej, stanowią kryteria dokonywanych ocen, podejmowania różnorodnych decyzji i działań [Chojnowska 2001, s. 132 – 133; Hiszpańska 1992]. Wartości wyznaczają potrzeby człowieka, które jednostka zaspokaja poprzez samodzielnie ukierunkowaną aktywność. Tak więc dla badanej grupy młodzieży studenckiej, w sferze zawodowej najważniejsze znaczenie ma: sumienność, pracowitość, rzetelność, dokładność (37,00%), dobra atmosfera w pracy, dobre relacje pomiędzy współpracownikami ułatwiające współpracę (27,40%), zaangażowanie, chęć rozwoju (20,50%), uczciwość (20,50%), profesjonalizm, wiedza (15,10%), kreatywność, oryginalność (13,70%), odpowiedzialność (12,30%), punktualność (11,00%), sprawiedliwość (9,60%), lojalność (9,60%), życzliwość, uczynność, empatia (8,20%), szczerowość (8,20%). Lista powyższych wartości jest znacznie dłuższa, wymieniono jedynie najważniejsze, które deklarują studenci. Analizując powyższe wypowiedzi można zauważyć, że większość z nich to wartości moralne, które są najważniejszymi regulatorami postępowania, pełnią funkcję wyznaczników życia i dążeń młodzieży. Są składnikami moralności osobistej, są wskaźnikiem cech charakteru moralnego, określają one styl życia człowieka. Odgrywają istotne znaczenie w procesie indywidualnego i społecznego rozwoju człowieka.

Analizując wymagania kompetencyjne stawiane specjalistom opracowane w *Raporcie Bilans Kapitału Ludzkiego* [Strzebońska, Kocór 2013, s. 70; Górniak 2014, s. 35] można

zauważyć, że w grupie badanych pracodawców, którzy poszukiwali do pracy specjalistów najbardziej liczyły się trzy rodzaje kompetencji: interpersonalne (związane z porozumiewaniem się, współpracą w grupie i komunikatywnością), samoorganizacyjne (wymagające od osób właściwej organizacji swojej pracy, przedsiębiorczości i wykazywania się inicjatywą czy, ogólnie, dotyczące motywacji do pracy), zawodowe (konkretne kompetencje właściwe dla pracy w danym zawodzie).

Odnosząc powyższą klasyfikację do charakterystyki studentów turystyki, którą przedstawiono powyżej, można zauważyć, że poziom tzw. kompetencji miękkich (cech behawioralnych), [Armstrong 2007, s. 153] badanych osób jest zbliżony w znacznej części z oczekiwaniami pracodawców.

Ważnym składnikiem potencjału zawodowego młodzieży startującej na rynek pracy są także **osiągnięcia** naukowe i zawodowe. Z wypowiedzi studentów turystyki wynika, że w ich odczuciu, najważniejszym osiągnięciem:

- w sferze edukacji jest ukończenie studiów pierwszego stopnia (52,10%), ukończenie specjalistycznych kursów np. barman, pilot wycieczek (8,20%), dobre oceny z egzaminów (6,80%), nagrody i wyróżnienia w różnych dziedzinach (6,80%), stypendium naukowe (5,50%) i in.
- w sferze zawodowej z kolei, jest to zdobycie doświadczenia zawodowego (15,10%), awans zawodowy, zwiększenie kompetencji w pracy (8,20%), pochwały słowne w pracy (6,80%) i in.

Analizując potencjał zawodowy młodzieży studenckiej, korzystając z jakościowych metod badawczych, warto przytoczyć kilka typowych wypowiedzi, które potwierdzają prezentowane powyżej wyniki analiz:

Studentka: „Jestem osobą dobrze zorganizowaną, odpowiedzialną, dokładną i kreatywną. Dzięki odwadze i determinacji realizuję swoje cele poznając świat. Praca w turystyce związana z częstymi wyjazdami nauczyła mnie zaradności, samodzielności, czy radzenia sobie w nietypowych sytuacjach, wyrobiła we mnie łatwość nawiązywania kontaktów czy komunikacji z osobami różnego pochodzenia, narodowości, czy wyznania. Jako osoba ciekawa świata nie boję się podejmowania nowych wyzwań. Lubię się uczyć, działać, organizować. Nie lubię nudy. Posiadam doświadczenie w pracy z dziećmi i młodzieżą, a także w obsłudze klienta. Posługuję się językiem angielskim (B2), hiszpańskim (B1) i rosyjskim (A1). Obsługuję programy pakietu Ms Office, jak również Merlini, Amadeus, czy Bluevendo. Sądzę, że sprawdziłabym się na wielu stanowiskach turystycznych takich, jak: pilot wycieczek, specjalista ds. turystyki, pracownik biura podróży, recepcjonista...”.

Studentka: „Mam głębokie przekonanie, o tym, że posiadam odpowiednie, indywidualne predyspozycje do podjęcia pracy w branży turystycznej! Ukończyłam kierunek Turystyka i rekreacja w Wyższej Szkole Ekonomii i Prawa Kielcach na specjalności Hotelarstwo, gastronomi i biura podróży. Obecnie studiuję na Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie ten sam kierunek ze specjalnością Turystyka motywacyjna i biznesowa. Odbyłam praktyki w Hotelu Kameralnym w Kielcach oraz staż w Hotelu Eleon Grand Resort & Spa w Grecji. Odbyłam staż w Pensjonacie Sanato w Busku-Zdroju. Pracowałam w branży ponad rok. Podczas całej mojej pracy nabyłam umiejętności, takie jak: miła obsługa klienta, rzetelność,

rozplanowywanie czasu, dokładność, odporność na zmęczenie i stres. Bardzo łatwo nawiązuję kontakt z ludźmi, jestem dla nich miła i uśmiechnięta. Jestem osobą o silnym charakterze, mającą swoje zdanie, nie dającą wyprowadzić się z równowagi. Lubię pracę w grupach. Umiem się bardzo dobrze zorganizować. Jestem osobą kreatywną, wyważoną, pogodną, potrafiącą pracować pod presją czasu. Moim atutem jest silna motywacja do działania. Znam język angielski w stopniu zaawansowanym, niemiecki i grecki w stopniu podstawowym. Praca w branży turystycznej pozwoli mi spełniać się na gruncie zawodowym i realizować swoje ambicje”.

Student: „Jestem młodym i ambitnym człowiekiem, posiadam takie cechy, jak: odpowiedzialność, wysoką kulturę osobistą, odporność na stres i skuteczność w działaniu, a także umiejętność pracy samodzielnej jak i w zespole. Na początku kariery zawodowej odbyłem sześciomiesięczny staż w Biurze Podróży na stanowisku referent ds. turystyki, gdzie prowadziłem korespondencję biurową, a także zajmowałem się osobistą obsługą klientów. Odbycie stażu na w/w stanowisku, pozwoliło mi na szczegółowe zapoznanie się z systemem rezerwacyjnym, jak również indywidualnym dokonywaniu kalkulacji dla Klientów biura. Dzięki pracy w biurze ukończyłem szkolenie dotyczące technik skutecznej sprzedaży (Stainer Consulting), podczas którego opanowałem zasady i metody profesjonalnej obsługi klienta, podobnie jak obsługę zastrzeżeń klientów oraz obsługę trudnych klientów. Bezustannie staram się doskonalić swoje kwalifikacje zawodowe, na dowód czego, wziąłem udział w programie praktyk, które odbyłem w sieci hoteli Sentido Mare Blue Resort na wyspie Korfu. Dzięki temu zdobyłem dodatkowe doświadczenie, wiedzę, a także sprawdziłem swoje zdolności do adaptacji w nowym środowisku. Myślę, że uzyskane do obecnej chwili umiejętności, zaowocują w przyszłości otwierając furtkę do kontynuowania dalszej kariery zawodowej”.

Studentka: „Jestem sumienną i rzetelną osobą. Ambitnie podchodzę do każdego powierzonego mi zadania. Szybko uczę się nowych rzeczy. Moją mocną stroną jest również umiejętność planowania i organizowania własnej pracy. Powierzone zadania wykonuję terminowo i dokładnie, wykazując zaangażowanie w ich realizacji. Cechuje mnie solidność, dokładność, sumienność, punktualność i kreatywność. Jestem młodą i dyspozycyjną osobą, chcącą zdobywać nowe doświadczenia. Praca w Urzędzie Skarbowym w Jaworznie na stanowisku sekretarki nauczyła mnie cierpliwości, dokładności i rzetelności. Przyjmowanie interesantów i umawianie spotkań z osobami z innych instytucji państwowych pozwoliły mi na rozwinięcie zdolności interpersonalnych. Doświadczenia jakie posiadałam w trakcie pracy w Hotelu Lanig Resort & Edelweiss Alpenspa w Niemczech na stanowisku kelnerki to m.in. odporność na stres, umiejętność pracy pod presją czasu co wiązało się z obsługą blisko 120 gości w hotelowej restauracji oraz umiejętność pracy zarówno samodzielnej jak i w zespole. Nauczyłam się obsługi na najwyższym poziomie z racji rangi jaką hotel pełnił w Bawarii. Mogłam pracować z doświadczonymi ludźmi, z których brałam przykład. Nie bez znaczenia pozostaje również kierunek moich studiów. Przedmioty realizowane w trakcie nauczania przygotowały mnie do jak najlepszej obsługi klientów korzystających z usług szeroko pojętej branży turystycznej. W wypełnianiu zadań zawodowych z całą pewnością pomocna będzie zaawansowana znajomość języka niemieckiego i komunikatywna znajomość języka angielskiego oraz biegła obsługa komputera i urządzeń biurowych”.

Podsumowanie i wnioski

Początek XXI wieku to czas tzw. kultu profesjonalizmu oraz przekonań społecznych o dużej wartości sukcesu zawodowego. Jest on związany z podejmowaniem różnorodnych działań w zakresie podwyższania kwalifikacji i kompetencji zawodowych przez jednostkę. Ważnym obszarem zawodowej działalności autokreacyjnej młodzieży jest podjęcie i ukończenie studiów wyższych (choć według Raportu *Biznes dla edukacji* w obecnych czasach daje się zauważyć problem „przeedukowania” polskiego społeczeństwa), realizacja dodatkowych kursów, nauka języków obcych, praca zawodowa, kształtowanie różnorodnych umiejętności oraz szeroko pojęta autoedukacja, co ostatecznie buduje potencjał zawodowy jednostki oceniany przez pracodawców pod kątem przydatności do pracy w przedsiębiorstwach turystycznych.

Analizując potencjał zawodowy studentów ostatniego roku studiów magisterskich uzupełniających, „kierunek Turystyka i rekreacja” realizujących specjalność „Turystyka motywacyjna i biznesowa” można zauważyć, iż posiadają oni dość wysoki poziom kwalifikacji, czego odzwierciedleniem jest:

- poziom wiedzy zawodowej z zakresu turystyki, potwierdzony uzyskaną na koniec studiów średnią ocen;
- kilkuletni staż pracy zawodowej zarówno w branży turystycznej, jak też w innych sektorach gospodarki, co znacznie wzbogaca zakres i poziom wiedzy branżowej oraz umiejętności potrzebne w pracy w turystyce;
- znajomość w stopniu komunikatywnym przynajmniej jednego języka obcego, zwykle angielskiego, przez prawie wszystkich respondentów oraz dwóch a nawet trzech języków obcych w stopniu podstawowym przez dwie trzecie badanych osób;
- znajomość obsługi komputera w zakresie podstawowych programów biurowych przez prawie wszystkie badane osoby oraz programów rezerwacyjnych przez co trzeciego respondenta;
- posiadanie dodatkowych kwalifikacji, w postaci kursów takich, jak: wychowawca kolonijny, pilot wycieczek, animator czasu wolnego, instruktor sportów całorocznych, co znacznie zwiększa szanse na zatrudnienie.

Powyższe kwalifikacje wzbogacają odpowiednie kompetencje, rozumiane między innymi jako zachowania behawioralne, cechy osobowe oraz uznawane wartości. Tak więc w większości badane osoby są: pracowite, sumienne, obowiązkowe, odpowiedzialne, wytrwałe, otwarte, uczciwe, kreatywne. Posiadają wiele umiejętności przydatnych w branży turystycznej takich, jak: praca w grupie, zdolności interpersonalne, łatwość dostosowania się, umiejętności komunikatywne, organizacyjne, radzenia sobie w trudnych sytuacjach. W pracy zawodowej najbardziej cenią sobie: sumienność, pracowitość, rzetelność, dokładność, zaangażowanie, uczciwość, chęć rozwoju, profesjonalizm.

Podsumowując powyższe rozważania można zauważyć, iż potencjał zawodowy badanej grupy studentów jest wysoki, co wskazuje na dość dobre przygotowanie do pracy w branży turystycznej. Większość respondentów (jak wynika z przeprowadzonych wywiadów) chciałoby w przyszłości pełnić stanowiska specjalistyczne lub kierownicze, dlatego ukończenie studiów wyższych magisterskich jest konieczne, co potwierdzają wyniki badań opublikowane w raporcie *Bilans Kapitału Ludzkiego*.

Badani studenci zauważają jednak wiele mankamentów kształcenia akademickiego, co utrudnia im start na rynku pracy. Tak więc, co trzeci respondent stwierdził, że jest zbyt

mało zajęć praktycznych (34,20%), co piąty, że zajęcia są nieprzydatne (20,50%), zbyt dużo jest teorii i przedmiotów ogólnych (19,20%), więcej niż co dziesiąty, stwierdził, że zbyt mało jest zajęć fizycznych, sportowych (12,30%), zbyt mała jest liczba godzin języków obcych (12,30%), zbyt mało jest zajęć o tematyce kierunkowej, specjalistycznej (11,00%). Jak wynika z Raportu *Biznes dla Edukacji* [2014, s.9] podobny problem zauważają pracodawcy. Młodzi ludzie wkraczający na rynek pracy posiadają szeroką wiedzę ogólną, lecz brakuje im wiedzy specjalistycznej i praktyki, a także kompetencji transferowalnych, które są niezbędne w każdym miejscu pracy.

Aby zwiększyć swoje szanse na rynku pracy studenci muszą samodzielnie podejmować szereg działań takich, jak realizacja różnorodnych kursów specjalistycznych, uczęszczanie na dodatkowe zajęcia językowe itp., dzięki czemu mogą realizować lepiej plan własnego rozwoju zawodowego. Kolejnym przedsięwzięciem jest podejmowanie pracy zawodowej, dzięki której zdobywają potrzebne na rynku pracy doświadczenie zawodowe. Konieczność jego posiadania potwierdza Raport J.Górniaka [2014, s.42], z którego wynika, iż niezależnie od branży, w której działa pracodawca, znaczenie doświadczenia zawodowego wzrasta wraz hierarchią stanowisk w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa. Tak więc, czym wyższe stanowisko, tym kandydat musi wykazać się wyższym średnim wymiarem odbytego stażu w procesie rekrutacji, oraz wykazać się posiadaniem pozytywnych referencji od byłych pracodawców, co znacznym stopniu zwiększa jego szanse na zatrudnienie.

Realizowany program na kierunku turystyka i rekreacja oraz akademicki profil kształcenia nie sprzyja zdobywaniu praktycznych umiejętności, które jak wynika z Raportów PARP są bardzo cenione przez pracodawców. Również zbyt mała liczba godzin praktyk realizowana na kierunku turystyka i rekreacja nie zapewnia studentom dobrego startu na rynku pracy. Z powyższego wynika, problem niedopasowania kompetencyjnego oraz luk w dostępnej wiedzy i umiejętnościach absolwentów. Tak więc aby uczelnia lepiej przygotowywała kadry dla turystyki powinna:

- prowadzić badania diagnozujące potrzeby turystycznego rynku pracy oraz monitorować zapotrzebowania na kompetencje;
- wdrażać programy edukacyjne realizowane przez przedsiębiorstwa w ramach współpracy z uczelniami wyższymi oraz wdrażać narzędzie *employer branding* (EB) [*Biznes dla edukacji, 2014 s.94*], co powinno mieć charakter długookresowy, bowiem pracodawcy wiedzą najlepiej, jakich kompetencji poszukują u pracowników oraz Jacy specjaliści będą im potrzebni za kilka lat);
- podejmować współpracę z przedsiębiorstwami w ramach wspólnych projektów;

- konsultować z przedsiębiorcami programy kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja w ramach różnorodnych przedsięwzięć (projekty, konferencje, szkolenia itp.);
- badać opinie studentów studiujących na ostatnim roku studiów pierwszego i drugiego stopnia o jakości kształcenia i posiadanych kompetencjach.

Przed wszystkim chodzi o to, aby studia były przydatne i miały walor praktyczny, aby zaspokajały oczekiwania pracodawców. W branży turystycznej powyższe działania są niewystarczające ponieważ brakuje szeroko zakrojonej współpracy pomiędzy uczelniami kształcącymi kadry dla turystyki a przedsiębiorstwami turystycznymi i rekreacyjnymi.

Jednocześnie kształcąc, przyszłych pracowników turystyki i rekreacji, należy pamiętać o wyposażeniu młodych ludzi w pewne kompetencje ogólne – zapewniające samodzielność, przedsiębiorczość, właściwe zorganizowanie swojej pracy [Strzebońska, Kocór 2013, s. 73] oraz kompetencje społeczne związane z umiejętnościami interpersonalnymi – jak komunikatywność, współpraca w grupie czy rozwiązywanie problemów. Ponadto, jak wynika z Raportu J.Górniaka [2014, s. 39] w hotelarstwie i gastronomii często brakuje młodym pracownikom motywacji do pracy. Warto więc kształcić kadry dla turystyki, oprócz wiedzy i umiejętności, zwrócić większą uwagę na tzw. kompetencje miękkie, których kształtowanie jest długim procesem w rozwoju jednostki.

Literatura

1. Alejziak B., *Kwalifikacje i kompetencje pracowników turystyki . Próba diagnozy turystycznego rynku pracy*, Folia Turistica, AWF Kraków 2014, Nr 32 s.127.
2. Andrałojć M., *Kompetencje studentów o różnych motywach studiowania w kontekście kształtowania kariery zawodowej*, Edukacja Ekonomistów i Menedżerów Nr 2 (32) 2014, s.185.
3. Andrałojć M., *Kompetencje studentów: ocena z perspektywy studentów, pracodawców i nauczycieli akademickich*. Raport z badań w ramach projektu Kadry dla Gospodarki, Uniwersytet Ekonomiczny Poznań 2011.
4. Argyle M., *Psychologia stosunków międzyludzkich*, Warszawa 2002, s. 105-117.
5. Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Oficyna Wolters Kluwer Business, wyd.IV, Kraków 2007.
6. Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2000, s. 241.
7. Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Oficyna Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. Warszawa 2007, s. 323.
8. Aronson E., Wilson T.D., Akert R., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka, Poznań 1997, s. 680.
9. Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
10. Becker B.E., Huselid M.A., Ulrich D., *Karta wyników zarządzania zasobami ludzkimi*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002, s.162.

11. Briscoe J. P., Hall D. T., *The interplay of boundaryless and protean careers: Combinations and implications*, "Journal of Vocational Behavior", 2006, 69, pp. 4-18.
12. Chester E., *Młodzi w pracy. Jak zadbać o pracowników z pokolenia Y*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2006.
13. Chmielecka E. (red.), *Autonomia programowa uczelni. Ramy kwalifikacji dla szkolnictwa wyższego*, Warszawa 2010, s. 13.
14. Chojnowska M., *System wartości moralnych*, „Edukacja i Dialog” 2001, nr 9 - 10 (132 - 133).
15. Czarnecki K. M., Kowolik P., *Teoretyczne podstawy profesjologii jako nauki o zawodowym rozwoju człowieka*, Edukacja *ustawiczna* Dorosłych 1(72)/2011 Polish Journal of Continuing Education s.9-18.
16. Dębowski A., Smyczek Ł., *Raport. Dwa światy. Kompetencje przyszłości 2014*, Stowarzyszenie na Rzecz Akademickich Biur Karier, Instytut Liderów Zmian, Research.NK; www.2014.kompetencjeprzyszlosci.pl
17. Dubois D., Rothwall W., *Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na kompetencjach*, Helion, Gliwice 2008, s. 26.
18. Erikson E.H., *Identity and the life cycle*, New York: Norton 1980a. Wyd. pol. *Tożsamość a cykl życia*. Tłum. Żywiecki M., Wyd. Zys i S-ka, Poznań 2004.
19. Fazlagić J., *Charakterystyka pokolenia Y*, „E-mentor” 2008, Nr 3 (25), s. 13–16.
20. Filipowicz G., *Zarządzanie Kompetencjami Zawodowymi*, PWE, Warszawa 2004.
21. Górniak J. (red.), *Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki*. Raport podsumowujący IV edycję badań BKL z 2013 r. Bilans Kapitału Ludzkiego, PARP Warszawa 2014.
22. Górniak J. (red.), *Młodość czy doświadczenie? Kapitał ludzki w Polsce*. Raport podsumowujący III edycję badań BKL z 2012 roku. Bilans Kapitału Ludzkiego, PARP Warszawa 2013.
23. Górniak J. (red.), *Polski rynek pracy – wyzwania i kierunki działań na podstawie badań Bilans Kapitału Ludzkiego 2010–2015*, Polska PARP, Warszawa – Kraków 2015.
24. Harvey P., *As College Graduates Hit The Workforce, So Do More Entitlement-Minded Workers*. University of New Hampshire, 2013.
25. Hiszpańska B., *Pomóż młodzieży znaleźć wartości-drogowskazy*, IBE, Warszawa 1992.
26. Jakubiak M., *Potencjał zawodowy specjalistów –absolwentów szkół ponadgimnazjalnych i uczelni wyższych w województwie lubelskim*. Ekspertyza naukowa, Projekt systemowy „Kapitał intelektualny lubelszczyzny 2010-2013”, Politechnika Lubelska, Lublin 2013.
27. Jankowski D., *Edukacja i autoedukacja. Współzależność. Konteksty. Twórczy rozwój*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2012.
28. Jawor-Joniewicz A., *Biznes dla edukacji. Raport specjalny dotyczący współpracy biznesu i edukacji w Polsce*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2014.
29. Jelonek M., *Studenci – przyszłe kadry polskiej gospodarki. Raport z badań studentów i analizy kierunków kształcenia realizowanych w 2010 r. w ramach projektu „Bilans Kapitału Ludzkiego”*, Wyd. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości , Warszawa 2011.
30. Juchnowicz M., *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, Poltex, Warszawa 2004, s.64.
31. Knopp K., *Temperament, emotional intelligence and social training as predictors of social competencies*. [w:] A. Matczak (red.), *Determinants of social and emotional competencies*. Wydawnictwo UKSW Warszawa 2007, s. 37 – 66.
32. Levinson D.J., *A Conception of Adult Development*, American Psychologist No 41, 1986, s. 3-13.

33. Lourat P., *Kierowanie personelem w przedsiębiorstwie*, Poltext, Warszawa 1995.
34. Martin C. A., *From high maintenance to high productivity: What managers need to know about Generation Y*, "Industrial and Commercial Training" 2005, Vol. 37 Iss: 1, s.24 i s. 39–44.
35. Matczak A., *Diagnoza intelektu*. Wydawnictwo Instytutu Psychologii, Warszawa 1994.
36. Matczak A., *Kwestionariusz kompetencji społecznych. Podręcznik*. Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego, Warszawa 2011.
37. Matthews J.J., Megginson D., Surtees M., *Rozwój zasobów ludzkich*, Helion, Gliwice 2008, s. 168.
38. Oleksyn T., *Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
39. Orczyk J., *Wokół pojęć kwalifikacji i kompetencji*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2009, nr 3–4.
40. Pietrasiniński Z., *Rozwój człowieka dorosłego*. Wiedza Powszechna, Warszawa 1990, s.151.
41. Pochtowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2008.
42. Robbins S. P., *Zachowania w organizacji*, PWE, Warszawa 2004;
43. Sajkiewicz A., *Kompetencje menedżerów w organizacji uczącej się*, Difin, Warszawa 2008.
44. Sekuła Z., „*Controlling personalny*”; część I. *Istota i przedmiot controllingu personalnego*. Bydgoszcz, Oficyna Wydawnictwa Ośrodka Postępu Organizacyjnego, 1988 . s.127-128.
45. Strzebońska A., Kocór M., *Specjaliści na rynku pracy. Wymagania stawiane przez pracodawców* [w:] J. Górniak, *Młodość czy doświadczenie? Kapitał ludzki w Polsce*. Raport podsumowujący III edycję badań BKL z 2012 roku. Bilans Kapitału Ludzkiego, PARP Warszawa 2013.
46. Suchar M., *Kariera i rozwój zawodowy*, Wyd. ODDK, Gdańsk 2003.
47. Szadkowska M., *Absolwenci gorzej przygotowani*, Wiadomości Turystyczne Nr 4 16-28 lutego 2015, s. 9.
48. Thierry D., Sauret Ch., Monod N., *Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwach w procesach zmian*, Poltext, Warszawa, 1994, s. 6.
49. Tokarz A., *Kwalifikacje zasobów ludzkich a wynagrodzenia w przedsiębiorstwach turystycznych w Polsce w świetle badań internetowych*, Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 2009 Nr 50, s. 169.
50. Tyrańska M., *Zarządzanie kompetencjami pracowników hotelu*, [w:] S.Sacha (red.) *Państwo i Społeczeństwo. Współczesna Turystyka. Zagadnienia prawne, społeczno-ekonomiczne, przestrzenne*, Krakowska Akademia im. Frycza Modrzewskiego, Kraków, 2011 (XI) nr 1, s. 277.
51. Wartecka-Ważyńska A., *Kompetencje zawodowe kierunku turystyka i Rekreacja akademii wychowania fizycznego na rynku pracy*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy turystyki, Nr 1 (25) 2014.
52. Wojtaszczyk K., *Poziom kompetencji wirtualnych pokolenia Y i C - ocena na podstawie autodiagnozy studentów*, E-mentor nr 2 (49) / 2013; <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/49/id/1003> [3.07.2015].
53. Zarzecki M., Borne-Januła H., Jaroszek K., Puchalska K., Piotrowska P., Noiszewski Ł., *Raport z badania „Losy absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki”*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, IBC Group Central Europe Holding S.A., Warszawa Wrzesień 2010.

54. Ziólkowski R., *Analiza potrzeb zatrudnienia w sektorze turystycznym w regionie Polski północno-wschodniej*, [w] *ekonomiczne problemy turystyki* nr 4 (24) *Zeszyty Naukowe* Nr 785 Uniwersytetu Szczecińskiego, *Zeszyty Naukowe* Nr 785 Szczecin 2013.

**Professional Potential of Tourism Student
at the Moment of Entering the Labour Market
Selected Aspects.**

Abstract

Purpose. Development of own professional potential allows for entering the labour market efficiently and prospering in the professional sphere. The objective of this article is to present the results of studies diagnosing the competences and qualifications of students completing the tourism and recreation study major on the level of master's studies.

Method. The study makes use of qualitative methods, such as biographical interview, analysis of professional CVs of examined students and own research tool, i.e. "Professional Self-Evaluation Sheet for Students."

Findings. Thanks to the conducted studies, professional potential of last year MA students at the tourism and recreation study major was assessed in the area of industry-specific knowledge, knowledge of foreign languages, booking programmes, completed courses and training, job seniority, possessed professional skills, etc.

Research and conclusion limitations. The study has pilot nature; therefore; it encompasses a relatively small group of respondents (73 persons).

Practical implications. The study presents self-creation activities of the students of tourism and recreation in the professional sphere and their opinions concerning utility of the curriculum offered to them.

Originality. The presented study results represent one of very few scientific studies of this type which diagnose the professional potential of students of tourism and recreation at the stage of entry to the labour market.

Type of paper. The article presents the results of empirical tests.

Key words: professional potential, tourism students, labour market.