

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 353

Usługi 2014

**Sektor usług – uwarunkowania
i tendencje rozwoju**

Redaktorzy naukowci

Ryszard Kłeczek

Anetta Pukas



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Elżbieta Kozuchowska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-438-7

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	9
-------------	---

Część 1. Pojęcia i modele w marketingu usług

Katarzyna Dziewanowska: Wpływ działań z zakresu marketingu doświadczeń na postrzeganie usługi edukacyjnej	13
Jolanta Mazur, Piotr Zaborek: Czy usługodawcy stosują logikę usługową w marketingu?	22
Marcin Pigłowski: Notyfikacje dotyczące poważnych zagrożeń i pozostałe notyfikacje w systemie RAPEX.....	32
Magdalena Rzemieniak: Budowanie tożsamości oferty usługowej w oparciu o wartości niematerialne	44
Robert Skikiewicz: Determinanty popytu na usługi bankowe na przykładzie kredytów konsumpcyjnych i mieszkaniowych w latach 2004–2013	54

Część 2. Działalność usługowa jako dziedzina zastosowań zasad i kategorii marketingu

Dorota Bednarska-Olejniczak: Marketing wewnętrzny w przedsiębiorstwie usługowym.....	69
Monika Boguszewicz-Kreft: Efekt kraju pochodzenia w usługach.....	79
Ema Halavach, Mirosław Zalech: Zmiany w zachowaniach klientów usług turystycznych jako szansa a ryzyko dla biur turystycznych.....	90
Martyna Kostrzewa, Grzegorz Zieliński: Specyfika procesów logistycznych w działalności usługowej	101
Anna Lemańska-Majdzik, Piotr Tomski: Konkurencyjność przedsiębiorstwa usługowego. Identyfikacja działań przedsiębiorstw obsługujących rynek nieruchomości.....	110
Agnieszka Nowak: Kooperacja i rywalizacja na rynku usług turystycznych w Polsce	121
Anetta Pukas: Wykorzystanie crowdsourcingu w sferze usług – możliwości i ograniczenia.....	132
Małgorzata Skiert, Krystyna Buchta: Jakość kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja w świetle oczekiwań rynku turystycznego	145

Ewelina Sokołowska, Maciej Schulz: Metody ustalania cen produktów na rynku usług w Polsce	155
Iwona Wilk: Uwarunkowania wyboru ekoagroturystyki jako formy wypoczynku	165
Grzegorz Zieliński, Piotr Grudowski, Małgorzata Szymańska-Bralkowska: Oczekiwania interesariuszy usług edukacyjnych w ujęciu relacyjnym	175

Część 3. E-usługi i innowacje w usługach

Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Aneta Lipińska: Motywy wykorzystania aplikacji mobilnych w procesie nabywania dóbr wśród młodych konsumentów	187
Joanna Katarzyna Kowalska: Rola internetowych technologii informacyjnych w kreowaniu relacji podmiotów leczniczych z pacjentami na rynku usług zdrowotnych na terenie Dolnego Śląska	197
Robert Nowacki: Innowacyjność usług w okresie spowolnienia gospodarczego	208
Aleksandra Radziszewska: Determinanty jakości e-usług na przykładzie bankowości elektronicznej	219
Grażyna Węgrzyn: Zróżnicowanie innowacji w sektorze usług w krajach Unii Europejskiej	229
Robert Wolny: Rozwój rynku e-usług w Polsce	240

Część 4. Usługi publiczne

Anna Brdulak: Strategie rozwoju jednostek samorządów terytorialnych w kontekście świadczonych usług	253
Danuta Kunecka: Usługi pielęgniarские w Polsce – uwarunkowania i tendencja zmian	263
Danuta Kunecka, Dorota Rogalska: Zmiany na rynku usług zdrowotnych a kształcenie na kierunkach medycznych	272
Dominika Mierzwa: Ocena zarządzania finansami organizacji (na przykładzie zakładu opieki zdrowotnej)	282
Dariusz Skorupka, Jacek Korona: Gospodarka wodno-ściekowa w aglomeracji kieleckiej – ewolucja koncepcji	292

Summaries

Part 1. Concepts and models in service marketing

Katarzyna Dziewanowska: Influence of experiential marketing activities on the perception of educational services.....	21
Jolanta Mazur, Piotr Zaborek: Is Service Logic practiced by service companies?	31
Marcin Piękowski: Serious risk notifications and other notifications in the RAPEX system	43
Magdalena Rzemieniak: Building an identity of service offer based on intangible assets	53
Robert Skikiewicz: Determinants of demand for banking services – the case of consumer and housing loans in the years 2004-2013	65

Part 2. Service activities as an application field of principles and categories of marketing

Dorota Bednarska-Olejniczak: Internal marketing in a service enterprise ...	78
Monika Boguszewicz-Kreft: Country-of-origin effect in services	89
Ema Halavach, Mirosław Zalech: Changes in the behavior of customers of tourist services as an opportunity and risk for travel companies.....	100
Martyna Kostrzewa, Grzegorz Zieliński: Specificity of logistic processes in service activities.....	109
Anna Lemańska-Majdzik, Piotr Tomski: Competitiveness of a service company. Identification of activities of enterprises providing services on the real estate market	120
Agnieszka Nowak: Cooperation and competition on the market of tourist services in Poland	131
Anetta Pukas: The use of crowdsourcing in services sector – possibilities and limitations	144
Małgorzata Skiert, Krystyna Buchta: The quality of education at tourism and recreation university studies in the perspective of tourist market expectations	154
Ewelina Sokółowska, Maciej Schulz: Methods of prices setting of products on the market of services in Poland.....	164
Iwona Wilk: Ecoagritourism as a form of recreation selection determinants...	174
Grzegorz Zieliński, Piotr Grudowski, Małgorzata Szymańska-Bralkowska: Expectations of educational services stakeholders in terms of relations of one with another	183

Part 3. E-services and innovations in services

Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Aneta Lipińska: Reasons for using mobile applications in the process of acquiring goods among young consumers	196
Joanna Kowalska: The role of information technology in creating relation between health care providers and patients on the area of Lower Silesia Health Care services market	207
Robert Nowacki: Services innovativeness in the period of economic slowdown	218
Aleksandra Radziszewska: E-service quality determinants on the example of e-banking services	228
Grażyna Węgrzyn: Diversification of innovation in the services sector of the European Union countries	239
Robert Wolny: The development of e-services market in Poland.....	250

Part 4. Public services

Anna Brdulak: Strategies for the development of local government units in the context of provided services	262
Danuta Kunecka: Nursing services in Poland – conditions and trend of changes	271
Danuta Kunecka, Dorota Rogalska: Changes on the health market, and education on medical courses	281
Dominika Mierzwa: The assessment of organization finance management exemplified by health care institution.....	291
Dariusz Skorupka, Jacek Korona: Water–sewage management in the agglomeration of Kielce – the evolution of concept.....	300

Małgorzata Skiert, Krystyna Buchta

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU TURYSTYKA I REKREACJA W ŚWIELE OCZEKIWAŃ RYNKU TURYSTYCZNEGO¹

Streszczenie: Turystyka, stanowiąc szybko rozwijającą się dziedzinę gospodarki, stworzyła rynek pracy wymagający wysoko wykwalifikowanych kadr. Usługowy charakter zdecydowanej większości produktów turystycznych powoduje, że do ich realizacji potrzebny jest odpowiednio przygotowany personel, a nabywcy postrzegają jakość usług turystycznych głównie poprzez kompetencje pracowników. W prezentowanym opracowaniu podjęto próbę ustalenia, na ile przygotowanie zawodowe absolwenta kierunku turystyka i rekreacja odpowiada oczekiwaniom współczesnego rynku turystycznego. Badania empiryczne przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego, wykorzystując technikę ankiety. Badaniami objęto studentów kierunku turystyka i rekreacja kończących studia na pierwszym stopniu kształcenia na Wydziale Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie.

Słowa kluczowe: turystyka i rekreacja, studenci, jakość kształcenia, rynek turystyczny.

DOI: 10.15611/pn.2014.353.13

1. Wstęp

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się branż w gospodarce światowej. Jej dynamiczny rozwój wiąże się ściśle z funkcjami, jakie realizuje. Z jednej strony poprzez funkcje poznawcze, edukacyjne i zdrowotne wychodzi naprzeciw potrzebom współczesnego człowieka, mocno zaangażowanego w aktywność zawodową i nękanego chorobami cywilizacyjnymi, z drugiej zaś realizuje funkcje ekonomiczne, generując wzrost gospodarczy, podwyższając konkurencyjność regionów, dając nowe miejsca pracy².

Rynek turystyczny ma specyficzny charakter. Produktom będącym przedmiotem obrotu w turystyce można bowiem przypisać wiele cech odróżniających je od pro-

¹ Praca powstała w ramach projektu badań DS.177 finansowanych przez MNiSW.

² M. Jakubowska, *Funkcje i dysfunkcje turystyki w ujęciu mikro- i makroekonomicznym*, Zeszyty Naukowe nr 21, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, Poznań 2011, s. 158–168.

duktów innego typu. Produkty turystyczne w zdecydowanej większości są usługami, wykazują dużą złożoność, są sezonowe, generują wysokie koszty stałe. Inne cechy wynikające przede wszystkim z ich usługowego charakteru to: jedność czasu i miejsca wytwarzania oraz konsumpcji, niemożność magazynowania, nieuchwytność, brak właściciela³. Cechy te powodują, iż konsumenci turystyczni postrzegają jakość oferowanych im usług głównie poprzez kompetencje pracowników. Jest to charakterystyczne dla ogółu działalności usługowej, jednak dodatkowo spotęgowane przez złożoność produktów turystycznych oraz ich zazwyczaj wysokie ceny. Nabywca usługi turystycznej, obdarzając sprzedającego zaufaniem, wymaga od niego dużej wiedzy, zaangażowania i wielu innych kompetencji.

Rynek pracy tworzony przez branżę turystyczną opiera się na kadrach, których kształcenie nie jest łatwym zadaniem. Interdyscyplinarność zjawiska turystyki powoduje bowiem, iż przygotowanie specjalisty z tej dziedziny wymaga przekazania mu szerokiego zakresu wiedzy i umiejętności zawodowych. Dodatkową trudność sprawia dynamika zmian zachodzących na rynku turystycznym. Obserwować je można zarówno po stronie podaży turystycznej (nowe kierunki podróży, nowe motywy aktywności turystycznej), jak i po stronie popytu turystycznego (zmiana stylu życia ludzi). Dodatkowo otwartość rynków międzynarodowych i konieczność utrzymania konkurencyjności rynku krajowego podnoszą wymagania stawiane kadrom turystycznym.

W niniejszym opracowaniu podjęto próbę pokazania polskiego rynku turystycznego od strony jego oczekiwań wobec kadr oraz ustalenia, na ile przygotowanie zawodowe młodych ludzi kończących studia przygotowujące ich do pracy w turystyce odpowiada tym oczekiwaniom.

2. Polski rynek turystyczny i jego wymagania kadrowe

Polska należy do państw, których pozycja na międzynarodowym rynku turystycznym wciąż nie jest zbyt wysoka. W ostatnich latach obserwuje się jednak stały wzrost ruchu turystycznego⁴ oraz znaczące zmiany w sferze turystyki, wynikające przede wszystkim ze zmieniającego się sposobu postrzegania tej branży⁵. Szanse,

³ R. Seweryn, *Produkt turystyczny i wyznaczniki jego atrakcyjności*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie nr 697, Wydawnictwo AE, Kraków 2005, s. 71–84.

⁴ *Turystyka w 2012 roku*, GUS, Warszawa 2013, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/KTS_turystyka_w_2012.pdf; *Charakterystyka przyjazdów do Polski w pierwszej połowie 2013 roku*, MSiT, Warszawa 2013, https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/49035/original/Przyj_do_Pol_I_P%C3%B3%C5%82roczne_dla_MSiT.pdf?1380614778; *Podróże Polaków w pierwszym półroczu 2013 roku*, MSiT, Warszawa 2013, https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/49019/original/Pod_Pol_I_P%C3%B3%C5%82roczne_dla_MSiT.pdf?1380614403.

⁵ A. Lubowiecki-Vikuk, M. Paczyńska-Jędrycka, *Współczesne tendencje w rozwoju form rekreacyjnych i turystycznych*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2010, s. 21–42; E. Dziedzic, T. Skalska, *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Stowarzyszenie na rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa 2012, s. 62–93; B. Trzcicka, *Turystyka stylizatorem rozwoju gospodarki światowej*, „Turystyka i Zdrowie” 2010, nr 3, s. 31–38.

jakie daje ta dziedzina działalności, zaczynają dostrzegać w coraz większym stopniu nie tylko sami przedsiębiorcy, ale również lokalne władze samorządowe oraz władze państwowe, zwracając szczególną uwagę na jakość kształcenia kadr turystycznych⁶.

Analizy polskiego rynku pracy w branży turystycznej pokazują wiele jego mocnych stron, jak również liczne słabości. Za atuty uznaje się przede wszystkim odpowiednio rozbudowany system kształcenia, zarówno na poziomie szkół ponadgimnazjalnych, szkolnictwa wyższego, jak i różnego typu placówek i przedsiębiorstw przygotowujących kadry dla branży turystycznej. Mocną stroną jest też duże zainteresowanie społeczeństwa turystyką. Przejawia się ono z jednej strony chęcią podejmowania przez młodych ludzi kształcenia w zawodach i na kierunkach związanych z branżą turystyczną. Z drugiej strony widać duże zainteresowanie Polaków aktywnością turystyczną jako sposobem zagospodarowania czasu wolnego, co z kolei pobudza rozwój tej branży⁷.

Słabe strony polskiej turystyki, w kontekście rynku pracy, przejawiają się przede wszystkim w niedostatecznym przygotowaniu kadr. Pracodawcy zgłaszają wiele zastrzeżeń do jakości przygotowania zawodowego absolwentów szkół różnego typu. Podkreślają przede wszystkim ich słabą znajomość języków obcych, niezbędną przy obsłudze turystów. Przedsiębiorcy reprezentujący sektor turystyczny oczekują od osób podejmujących u nich pracę (niezależnie od stanowiska) dobrej znajomości dwóch lub więcej języków obcych. Niektóre badania pokazują, że umiejętność ta ma dla nich większe znaczenie niż np. właściwe wykształcenie kierunkowe kandydata do pracy, jego doświadczenie zawodowe, dyspozycyjność, komunikatywność czy kultura osobista⁸. Znaczenie tej umiejętności potwierdzają również dane GUS pokazujące, że znajomość jednego lub kilku języków obcych znacznie zwiększa szanse zawodowe⁹.

Pracodawcy zgłaszają również braki w przygotowaniu kandydatów do pracy w turystyce, obejmujące: niewystarczającą znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych; niedostateczne umiejętności obsługi klientów i brak znajomości ich oczekiwań; słabą znajomość rynku turystycznego; braki w przygotowaniu teoretycznym (niewystarczająca wiedza). Istotnym niedociągnięciem obserwowanym na polskim rynku turystycznym jest również niedostateczna współpraca przedsiębiorstw z placówkami kształcącymi kadry dla turystyki¹⁰.

⁶ *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, MSiT, Warszawa 2008, s. 73–83.

⁷ Tamże, s. 74–75.

⁸ *Raport z przeprowadzonego badania ankietowego wśród pracodawców działających w sektorze hotelarskim, gastronomicznym i turystycznym dotyczącego preferencji odnośnie sylwetki absolwenta szkolnictwa zawodowego*, MSiT, Warszawa 2013, s. 12.

⁹ *Kształcenie dorosłych*, Główny Urząd Statystyczny, Departament Pracy i Warunków Życia, Warszawa 2009, s. 81.

¹⁰ E. Szymańska, *Oczekiwania rynku turystycznego w zakresie kształcenia kadr*, „*Ekonomia i Zarządzanie*” 2009, nr 1(1), s. 133–140; *Kierunki rozwoju turystyki...*, s. 74–75.

W opinii pracodawców dominuje przekonanie o dużej wartości wykształcenia kierunkowego, zwłaszcza realizowanego na poziomie wyższym¹¹. Przygotowanie do pracy absolwentów wyższych uczelni uważają jednak za niewystarczające, wskazując na nieadekwatność umiejętności do potrzeb rynku pracy. Główne zarzuty, jakie są stawiane obecnej formie kształcenia wyższego, to obok niewystarczających umiejętności językowych również mała wiedza z zakresu geografii, brak umiejętności obsługi systemów rezerwacyjnych, nieumiejętność obsługi klienta, mała wiedza w zakresie ekonomicznych aspektów działalności turystycznej¹².

3. Przygotowanie zawodowe studentów kierunku turystyka i rekreacja w ich samoocenie

Na poziomie szkolnictwa wyższego podstawowym kierunkiem studiów przygotowującym młodych ludzi do pracy w omawianej branży jest kierunek turystyka i rekreacja. Zgodnie z obowiązującymi do niedawna standardami kształcenia określonymi przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego kierunek ten powinien przygotować młodych ludzi do pracy przede wszystkim w biurach podróży, hotelach, ośrodkach wypoczynkowych, sportowych i rekreacyjnych, centrach rekreacji i odnowy biologicznej, gospodarstwach agroturystycznych, administracji rządowej i samorządowej, organizacjach społecznych, fundacjach i stowarzyszeniach¹³.

Podejmując próbę ustalenia, czy studenci kończący naukę na kierunku turystyka i rekreacja czują się przygotowani do pracy w branży oraz czy, podobnie jak pracodawcy, dostrzegają w swoim przygotowaniu określone niedostatki, przeprowadzono badania ankietowe. Objęto nimi studentów trzeciego roku studiów pierwszego stopnia prowadzonych na Wydziale Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie (N = 138). Badania realizowano w roku akademickim 2012/2013. Dobór próby był celowy i wyczerpujący (badaniem objęto wszystkich dostępnych studentów danego rocznika). Charakteryzując badanych, należy stwierdzić, że byli to w większości mężczyźni (53,62%), osoby mieszkające na stałe w miastach (70,29%). Wśród ankietowanych dominowali studenci ze średnią ocen z poprzedniego roku studiów do 4,0 (84,06%) (tab. 1).

Opierając się na samoocenie respondentów, podjęto próbę zdiagnozowania z jednej strony oczekiwań badanych wobec zakresu kompetencji zawodowych, jakie chcieli zdobyć w toku studiów, z drugiej zaś – poziomu kompetencji faktycznie zdobytych. Kompetencje zawodowe ujęto w trzy grupy: wiedza teoretyczna, umiejętności praktyczne, dodatkowe kompetencje. Studenci dokonywali ocen swojego przy-

¹¹ *Losy absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki. Raport z badania*, MSiT, Warszawa 2010, s. 311.

¹² Tamże, s. 300.

¹³ Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 lipca 2007 r. w sprawie standardów kształcenia dla poszczególnych kierunków oraz poziomów kształcenia, a także trybu tworzenia i warunków, jakie musi spełniać uczelnia, by prowadzić studia międzykierunkowe oraz makrokierunki, DzU 2007, nr 164, poz. 1166.

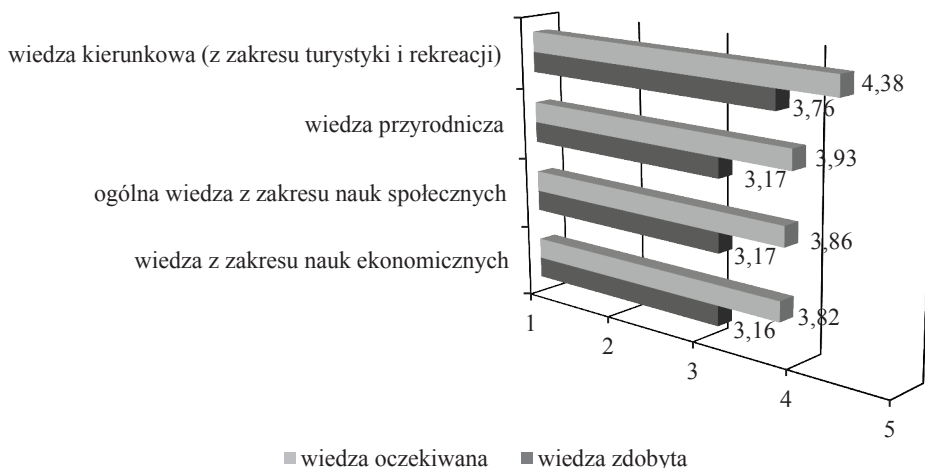
Tabela 1. Badani ze względu na wyodrębnione cechy

Cecha	Kategorie	Liczebności częstkowe	Struktura %
Płeć	kobiety	64	46,38
	mężczyźni	74	53,62
Miejsce zamieszkania	miasto	97	70,29
	wieś	41	29,71
Średnia ocen	$\leq 3,50$	22	15,94
	$\geq 3,51 \leq 4,0$	86	62,32
	$\geq 4,01$	30	21,74

Źródło: badania własne.

gotowania w danym zakresie, wykorzystując pięciostopniową skalę ocen, gdzie 1 oznaczało bardzo niski poziom nabytych kompetencji, a 5 – poziom bardzo wysoki.

Wyniki badań pokazały, że ankietowani mieli dość wysokie oczekiwania co do poziomu wiedzy, jaką chcą zdobyć podczas studiów, średnia arytmetyczna bowiem wszystkich ocen wystawionych przez nich w skali pięciopunktowej wyniosła 4,0. Respondenci w głównej mierze liczyli na zdobycie wiedzy kierunkowej, z zakresu turystyki i rekreacji. Poziom wiedzy faktycznie zdobytej został oceniony wyraźnie niżej niż oczekiwania w tym zakresie (średnia arytmetyczna wszystkich ocen wyniosła jedynie 3,32). Ankietowani najwyżej ocenili poziom zdobytej wiedzy kierunkowej, gdyż oceny sięgnęły poziomu niemal 4,0. Wiedzę z zakresu nauk społecznych, przyrodniczych i ekonomicznych oceniono jedynie na poziomie dostatecznym (rys. 1).

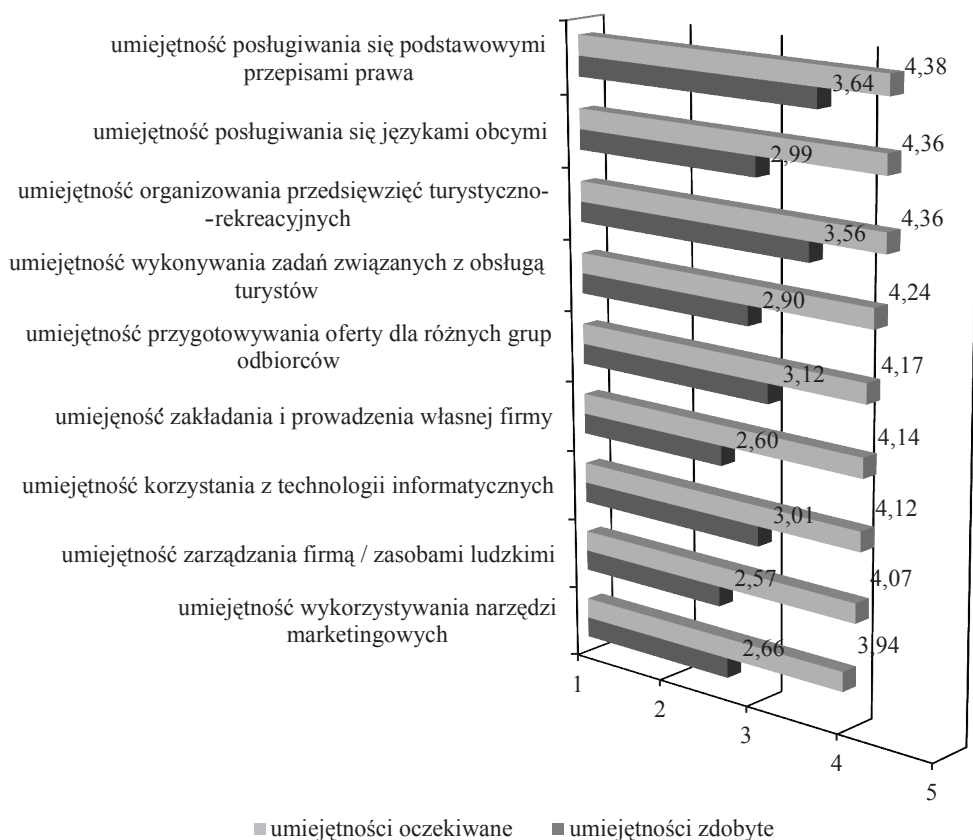


Rys. 1. Poziom oczekiwań badanych w zakresie wiedzy, jaką chcieli zdobyć podczas studiów, a poziom wiedzy faktycznie zdobytej (średnia arytmetyczna ocen w skali od 1 do 5; 5 – max)

Źródło: badania własne.

Poziom wiedzy zdobytej przez badanych w toku studiów licencjackich był niższy niż poziom oczekiwań, jakie mieli w tym zakresie. Różnice nie były jednak znaczące, największa rozbieżność pojawiła się przy ocenach dotyczących wiedzy przyrodniczej (0,76 w skali pięciopunktowej), najmniejsza zaś przy wiedzy kierunkowej (0,62).

Analizując opinie studentów na temat umiejętności zawodowych, jakie mieli szanse zdobyć w toku studiów, ustalono, że ich oczekiwania były w tym zakresie wysokie (średnia wszystkich ocen 4,20). Respondenci liczyli przede wszystkim na zdobycie umiejętności posługiwania się przepisami prawa, posługiwania się językiem obcym, organizowania przedsięwzięć turystyczno-rekreacyjnych oraz wykonywania zadań związanych z bezpośrednią obsługą turystów (a zatem m.in. takich, jak przewodnictwo turystyczne, pilotaż wycieczek czy praca rezydenta). Respon-

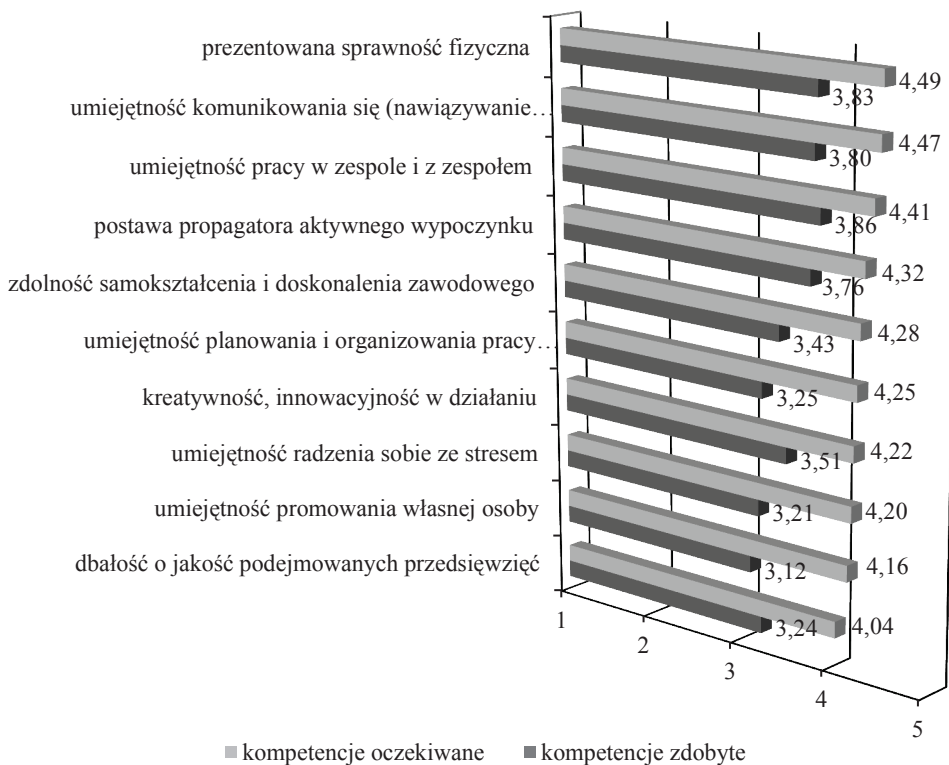


Rys. 2. Poziom oczekiwań respondentów w zakresie umiejętności zawodowych, jakie chcieli zdobyć podczas studiów, a poziom umiejętności faktycznie zdobytych (średnia arytmetyczna ocen w skali od 1 do 5; 5 – max)

Źródło: badania własne.

denci w mniejszym stopniu liczyli na zdobycie umiejętności wykorzystywania narzędzi marketingowych. Poziom umiejętności zawodowych faktycznie zdobytych okazał się wyraźnie niższy (średnia arytmetyczna wszystkich ocen – 3,01) niż oczekiwania w tym zakresie. Najwyżej oceniono umiejętność posługiwania się przepisami prawa oraz organizowania przedsięwzięć z zakresu turystyki i rekreacji. Respondenci najslabiej czuli się przygotowani do prowadzenia własnych firm, zarządzania i posługiwania się narzędziami marketingowymi. Przygotowanie z zakresu znajomości języków obcych oceniono zaledwie na poziomie dostatecznym (rys. 2).

Różnice pomiędzy oczekiwaniami respondentów wobec zdobywanych umiejętności a ich realizacją okazały się najwyższe w przypadku tych zakresów przygotowania zawodowego, które wiążą się z prowadzeniem własnej firmy (umiejętność zakładania i prowadzenia własnej firmy – różnica 1,54; umiejętność zarządzania firmą – 1,50). Duże rozbieżności pojawiły się również w przypadku przygotowania z zakresu posługiwania się językami obcymi oraz obsługi turystów. Niewielkie różnice pomiędzy tym, na co studenci liczyli, a tym, co udało im się uzyskać, dotyczyły



Rys. 3. Poziom oczekiwań badanych w zakresie innych kompetencji, jakie chcieli zdobyć podczas studiów a poziom kompetencji faktycznie zdobytych (średnia arytmetyczna ocen w skali od 1 do 5; 5 – max)

Źródło: badania własne.

umiejętności organizowania przedsięwzięć turystyczno-rekreacyjnych oraz umiejętności posługiwania się przepisami prawa (różnice wyniosły odpowiednio 0,80 i 0,74).

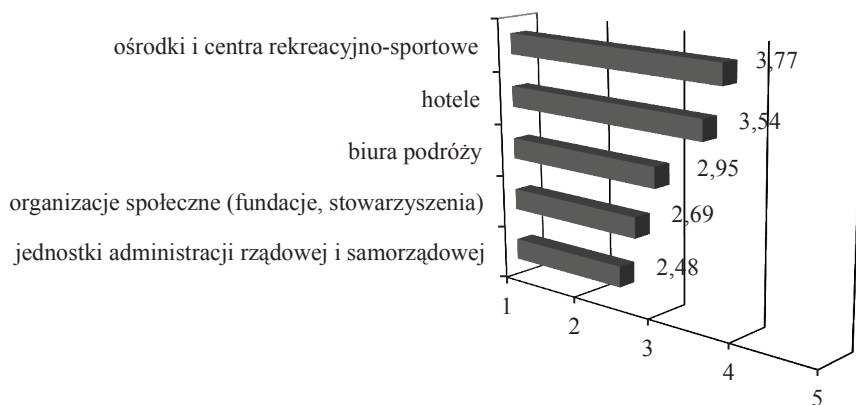
Przygotowanie zawodowe to nie tylko podstawowa wiedza teoretyczna i konkretne umiejętności praktyczne. Składają się na nie również inne kompetencje, pozwalające w sposób właściwy wykonywać zadania powierzone w ramach danego zawodu.

Wyniki badań pokazały, że ankietowani studenci mieli wysokie oczekiwania wobec tej grupy kompetencji zawodowych (średnia ocen – 4,28), dość wysoko ocenili również poziom kompetencji zdobytych (3,50). Liczyli przede wszystkim na podniesienie swojej sprawności fizycznej (zgodnie ze specyfiką uczelni), wypracowanie umiejętności z zakresu komunikacji interpersonalnej i pracy w zespole. Oczekiwania badanych okazały się w dużym stopniu spełnione, gdyż poziom kompetencji nabytych w tych zakresach został oceniony przez nich również wysoko. Respondenci w mniejszym stopniu przywiązywali wagę do dbałości o jakość podejmowanych działań czy promowanie własnej osoby, przy czym przygotowanie w tym zakresie oceniono najniżej (rys. 3).

Podjmując próbę wyodrębnienia tych kompetencji, przy których oczekiwania studenckie okazały się w najmniejszym stopniu zrealizowane, ustalono, że największe rozbieżności dotyczyły umiejętności promowania własnej osoby (1,04) oraz zdolności samokształcenia i doskonalenia zawodowego (1,0).

Objęci badaniem studenci, kończący naukę na poziomie licencjackim, czuli się dość słabo przygotowani do pracy w jednostkach reprezentujących sektor turystyczno-rekreacyjny (rys. 4).

Według deklaracji badanych zostali oni dobrze przygotowani do pracy w ośrodkach sportowo-rekreacyjnych oraz hotelach. Dla pozostałych placówek zgłoszono



Rys. 4. Przygotowanie badanych do pracy w jednostkach związanych z turystyką i rekreacją (średnia arytmetyczna ocen w skali od 1 do 5; 5 – max)

Źródło: badania własne.

poziom przygotowania zawodowego nieprzekraczający oceny 3,0 w skali pięciopunktowej. Studenci czuli się najslabiej przygotowani do podjęcia zatrudnienia w jednostkach administracji rządowej i samorządowej.

4. Podsumowanie

Czynnik ludzki odgrywa w działalności usługowej rolę szczególną, co wyróżnia tę sferę gospodarowania spośród pozostałych dziedzin. Poziom podaży usług wyznaczany jest liczbą zatrudnionych pracowników oraz ich kwalifikacjami. Wartość włożonej pracy jest w większości usług dominującym składnikiem struktury kosztów wśród podmiotów je świadczących. Należy też podkreślić, że usługi z reguły wymagają pracy wysoko kwalifikowanej, bardziej złożonej aniżeli większość dziedzin produkcji materialnej¹⁴.

Interdyscyplinarność i złożoność zjawiska turystyki powoduje, że sektor ten potrzebuje kadr wszechstronnie przygotowanych. Dotyczy to zarówno pracowników obejmujących stanowiska operacyjne, jak i kadry zarządzającej. Rynek pracy związany z turystyką oferuje wiele możliwości zatrudnienia, jednak w każdym przypadku wymagania są wysokie.

Pracodawcy oczekują od kandydatów do pracy przede wszystkim dobrej znajomości języków obcych, zgłaszając jednocześnie duże braki w tym zakresie. W przygotowaniu kierunkowym absolwentów szkół wyższych dostrzegają też wiele innych niedostatków, łączących się przede wszystkim z niewystarczającą wiedzą geograficzną i ekonomiczną oraz brakiem umiejętności profesjonalnej obsługi klienta, jak również obsługi systemów rezerwacyjnych. Zgłaszają także problem niewystarczającej współpracy szkół z przedsiębiorstwami.

Jak pokazały badania, studenci, zaczynając naukę na kierunku turystyka i rekreacja, mieli wysokie oczekiwania co do studiów, licząc na uzyskanie wszechstronnego wykształcenia. Kończąc studia na poziomie licencjackim, dość nisko oceniają zdobyte przygotowanie zawodowe, dostrzegając w nim wiele niedostatków, w większości potwierdzających zastrzeżenia zgłaszane przez pracodawców. Podstawowy wniosek, jaki nasuwa się w kontekście tych rozważań, wskazuje na konieczność podniesienia jakości kształcenia na badanym kierunku. Poziom przygotowania absolwenta nie w pełni bowiem odpowiada oczekiwaniom rynku pracy w turystyce oraz oczekiwaniom samego studenta.

Literatura

Charakterystyka przyjazdów do Polski w pierwszej połowie 2013 roku, MSiT, Warszawa 2013, https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/49035/original/Przyj_do_Pol_I_P%C3%B3C5%82roczne_dla_MSiT.pdf?1380614778.

¹⁴ A. Panasiuk, *Personel jako instrument marketingu usług turystycznych*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2002, s. 82–85.

- Dziedzic E., Skalska T., *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Stowarzyszenie na rzecz Badań, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa 2012.
- Jakubowska M., *Funkcje i dysfunkcje turystyki w ujęciu mikro- i makroekonomicznym*, Zeszyty Naukowe nr 21, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, Poznań 2011, s. 158–168.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, MSiT, Warszawa 2008.
- Kształcenie dorosłych*, Główny Urząd Statystyczny, Departament Pracy i Warunków Życia, Warszawa 2009.
- Losy absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki. Raport z badania*, MSiT, Warszawa 2010.
- Lubowiecki-Vikuk A., Paczyńska-Jędrycka M., *Współczesne tendencje w rozwoju form rekreacyjnych i turystycznych*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2010.
- Panasiuk A., *Personel jako instrument marketingu usług turystycznych*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2002, s. 82–85.
- Podróże Polaków w pierwszym półroczu 2013 roku*, MSiT, Warszawa 2013, https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/49019/original/Pod_Pol_I_P%C3%B3%C5%82roczu_dla_MSiT.pdf?1380614403.
- Raport z przeprowadzonego badania ankietowego wśród pracodawców działających w sektorze hotelarskim, gastronomicznym i turystycznym dotyczącego preferencji odnośnie sylwetki absolwenta szkolnictwa zawodowego*, MSiT, Warszawa 2013.
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 lipca 2007 r. w sprawie standardów kształcenia dla poszczególnych kierunków oraz poziomów kształcenia, a także trybu tworzenia i warunków, jakie musi spełniać uczelnia, by prowadzić studia międzykierunkowe oraz makrokierunki, DzU 2007, nr 164, poz. 1166.
- Seweryn R., *Produkt turystyczny i wyznaczniki jego atrakcyjności*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie nr 697, Wydawnictwo AE, Kraków 2005, s. 71–84.
- Szymańska E., *Oczekiwania rynku turystycznego w zakresie kształcenia kadr*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2009, nr 1(1), s. 133–140.
- Trzcńska B., *Turystyka stimulatorem rozwoju gospodarki światowej*, „Turystyka i Zdrowie” 2010, nr 3, s. 31–38.
- Turystyka w 2012 roku*, GUS, Warszawa 2013, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbr/gus/KTS_turystyka_w_2012.pdf.

THE QUALITY OF EDUCATION AT TOURISM AND RECREATION UNIVERSITY STUDIES IN THE PERSPECTIVE OF TOURIST MARKET EXPECTATIONS

Summary: Tourism, a fast-growing branch of economy, has created a labour market which requires highly skilled personnel. The character of the majority of tourist products takes form of services requiring properly trained personnel. Recipients of these services perceive the quality of tourist services via competence of the personnel. The present paper attempts to establish if professional training of graduates of tourism and recreation university studies reflects the expectations of contemporary tourism. Empirical research was carried out by means of a diagnostic poll with the use of a questionnaire. The study encompassed graduates of undergraduate and graduate studies at the Faculty of Physical Education and Sport in Biała Podlaska, University of Physical Education in Warsaw.

Keywords: tourism and recreation, students, quality of education, tourism.