

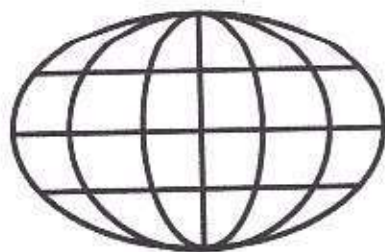
PL ISSN 0867-3888

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

FOLIA TURISTICA

Nr 8 — 1998

KADRY W TURYSTYCE



KRAKÓW 1998

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Przewodnicząca:

prof. dr hab. Anna Nowakowska

Zastępca Przewodniczącej:

dr Zygmunt Kruczek

Członkowie:

*prof. dr hab. Stefan Bosiacki, prof. dr hab. Ryszard Gatecki,
prof. dr hab. Stanisław Liszewski, prof. dr hab. Janusz Zdebski,
prof. dr hab. Stefan Żmuda*

Sekretarz:

dr Wiesława Marczyk

Recenzent zeszytu:

dr Monika Unrug

Redaktor zeszytu:

dr Zygmunt Kruczek

Korekta autorska

Adres Redakcji:

Al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków

Wydanie dofinansowane przez
Komitet Badań Naukowych



© Copyright by
Academy of Physical Education
in Cracow

Opracowanie DTP i druk:

Dział Poligrafii AWF Kraków, ul. Śniadeckich 12 B
Zam. 90/98, nakład 250 + 15 egz.

OD REDAKCJI

Kolejny numer czasopisma „Folia Turistica” poświęcony jest problematyce kształcenia kadr dla potrzeb turystyki. Rozwój gospodarki turystycznej uzależniony jest w znacznym stopniu od wiedzy, umiejętności i kwalifikacji zawodowych osób zatrudnionych w szeroko pojętej turystyce.

W pierwszej części numeru znajdzie Czytelnik artykuł prezentujący zjawisko rozwoju kształcenia kadr dla turystyki w skali makroregionu turystycznego (np. regionu małopolskiego). Zjawisko gwałtownego rozwoju rozmiarów tego kształcenia, tworzenia się biznesu edukacyjnego w odniesieniu do szkół średnich, policealnych i wyższych jest niepokojące. Towarzyszy temu nadprodukcja kadr turystycznej. W tym kontekście cenne są badania Hanny Borne-Falencik nad losami zawodowymi absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych w Polsce.

W środowisku akademickim istotnym problemem jest dobór najlepszych kandydatów na studia, w sytuacji, gdy istnieje ogromny popyt na tego typu edukację przewyższający wielokrotnie możliwości organizacyjne kształcenia. Aktualne kryteria naboru w uczelniach wychowania fizycznego (np. krakowskiej AWF) poddał ocenie w swoim artykule Paweł Różycki.

Dwa artykuły mają charakter informacji o rozwiązaniach organizacyjnych i programowych studiów turystycznych poza granicami kraju. Tego typu opisy wzorów kształcenia są cenne dla polskich edukatorów. Autorzy artykułów wybrali do prezentacji dwa wiodące ośrodki kształcenia kadr dla potrzeb turystyki — Instytut Turystyki i Transportu w Bredzie (Holandia) oraz Uniwersytet w Luton (Wielka Brytania).

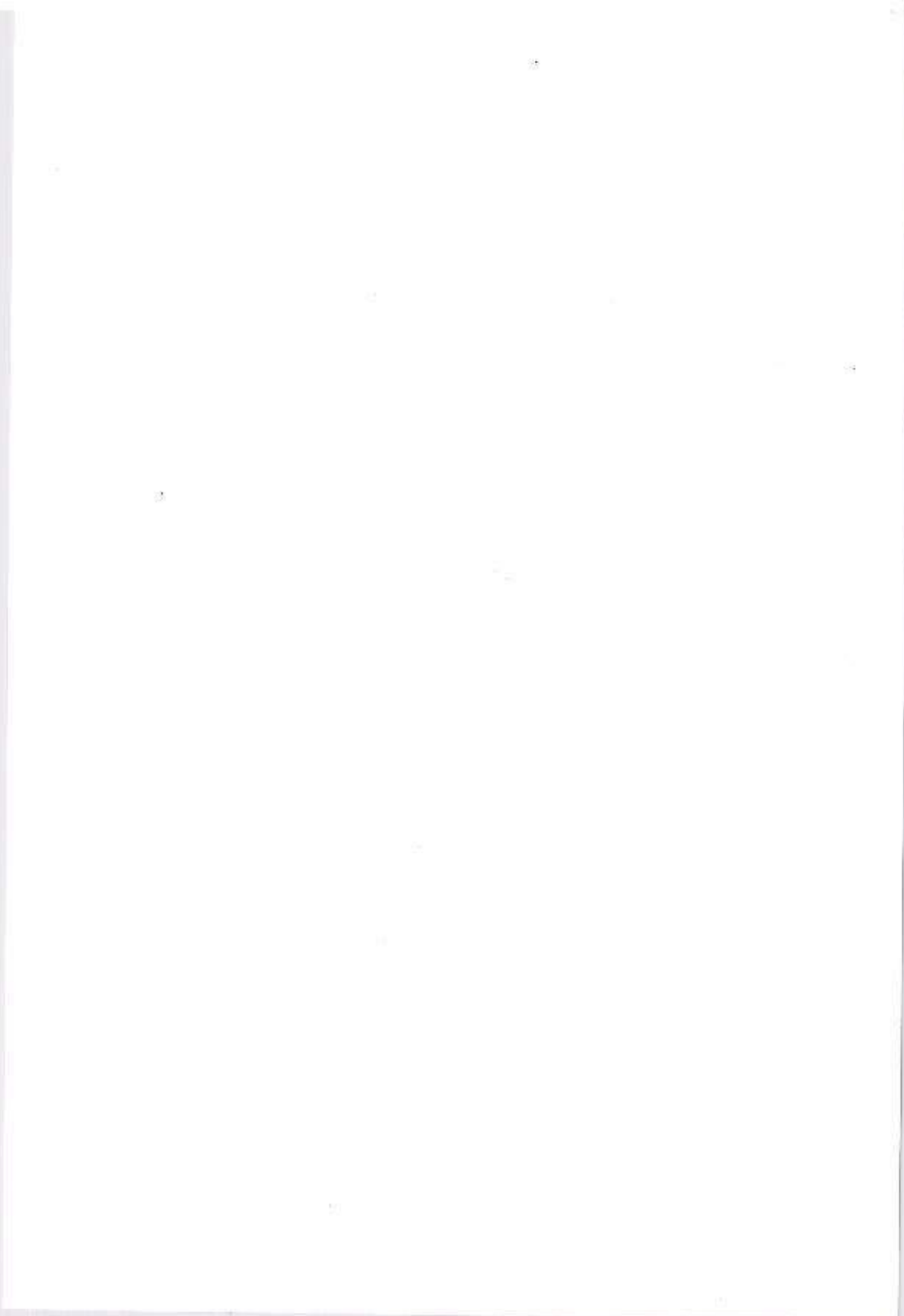
Podobny charakter informacyjny ma doniesienie Ryszarda Gałęckiego przybliżające poznańskie doświadczenia w zakresie kształcenia w zawodach turystycznych i hotelarskich.

W małym stopniu z problematyką kadrową związane jest zastosowanie analizy SWOT i analiza oczekiwań konsumentów do projektowania oferty usługowej w hotelach „Orbis”, ale i tu znajdziemy ocenę czynnika kadrowego.

Interesujące są rozważania nad genezą i rozwojem teorii turystyki, będące refleksją osnutą na kanwie publikacji chorwackiego naukowca B. Vukonica — „Turizam ususret budućnosti” („Turystyka a przyszłość”).

W niniejszym numerze zamieszczono również recenzję książki Jolanty Kamienieckiej pt. „(Eko) Turystyka zielonym rynkiem pracy”.

Zygmunt Kruczek



KSZTAŁCENIE DLA POTRZEB TURYSTYKI W REGIONIE MAŁOPOLSKIM

*Zygmunt Kruczek **

Wydzielony umownie region Małopolski (termin historyczny) jest zróżnicowany tak pod względem fizjograficznym, krajobrazowym jak i gospodarczym czy kulturowym. Ma on jednak wspólną przeszłość i współczesne powiązania gospodarcze. We współczesnych podziałach na wielkie regiony gospodarcze i administracyjne zawsze wymienia się Małopolskę. Również podział kraju na makroregiony turystyczne stosowany przez ekspertów programu Phare uwzględnia istnienie regionu małopolskiego.

Pod względem fizjograficznym na terenie Małopolski wyróżnić można trzy atrakcyjne dla turystyki regiony: Karpaty, Wyżyna Krakowsko-Częstochowska i Wyżyna Kielecko-Sandomierska oraz mniej atrakcyjny teren Kotliny Sandomiersko-Oświęcimskiej.

Region Małopolski tworzą województwa: miejskie krakowskie, tarnowskie, nowosądeckie, bielsko-bialskie, krośnieńskie, rzeszowskie, przemyskie, i kieleckie. Ze względu na przynależność do porozumienia regionalnego i unikalne walory turystyczne analizą objęto również woj. częstochowskie. Tak określony zakres przestrzenny oznacza obszar umownie nazwany Małopolska (region małopolski). Jest to jeden z bardziej wyróżniających się obszarów pod względem rozwoju gospodarki turystycznej. Istotnym problemem są zatem kwestie dotyczące kształcenia kadr dla gospodarki turystycznej rozwiązywane w skali regionu.

Przeprowadzona analiza dotyczy rozmiarów i form kształcenia wg. stanu na koniec 1995 r. w odniesieniu do szkolnictwa średniego-zawodowego i policealnego oraz wyższego.

* Instytut Turystyki AWF, Kraków, Al. Jana Pawła II 78.

Szkolnictwo średnie i pomaturalne oraz zawodowe w zakresie turystyki i hotelarstwa

W nomenklaturze kształcenia zawodowego Ministerstwa Edukacji Narodowej wyróżnia się dwa zawody turystyczne — „technik hotelarstwa” i „technik obsługi ruchu turystycznego”.

Kształcenie w wyżej wymienionych zawodach technik „ort” i technik „hot” odbywa się w 5 i 4-letnich technikach hotelarskich oraz w 2-letnich policealnych studiach zawodowych typu turystyczno-hotelarskiego, hotelarsko-gastronomicznego i ekonomiczno-turystycznego. Wszystkie średnie szkoły turystyczne (zarówno państwowe jak i prywatne) pozostają w gestii Ministerstwa Edukacji Narodowej.

Absolwenci policealnych studiów zawodowych o specjalności „Obsługa ruchu turystycznego” mogą być zatrudnieni w przedsiębiorstwach i organizacjach turystycznych jako: referenci do spraw turystyki krajowej i zagranicznej, referenci do spraw obsługi podróżniczej, referenci do spraw rozliczeń, kalkulacji, transportu, kontrolerzy eksploatacji, akwizytorzy. Po osiągnięciu odpowiedniego stażu absolwenci mogą zajmować wyższe, bardziej samodzielne stanowiska — kierowników działów, kas eksploatacyjnych, sekcji oraz samodzielnych referentów.

Rozległy i zróżnicowany zakres czynności wykonywanych na podstawowych stanowiskach pracy określa wymogi przygotowania zawodowego absolwentów kierunku ORT, podczas dwuletniego programu nauczania powinni oni poznać następujące zagadnienia:

- wiedza o turystyce jako zjawisku społecznym, ekonomicznym i przestrzennym,
- organizacyjno-prawne aspekty organizacji i obsługi ruchu turystycznego,
- programowanie imprez turystycznych oraz obsługa imprez przyjazdowych i wyjazdowych,
- problemy turystyki kwalifikowanej i specjalistycznej,
- geografii turystyki,
- struktury organizacyjne przedsiębiorstw i zasady zarządzania przedsiębiorstwami,
- zasady racjonalnego żywienia człowieka,
- socjologię i organizację pracy z elementami wiedzy o bhp i prawie pracy,
- działania marketingowe.

Absolwenci kierunków hotelarskich mogą być zatrudnieni we wszelkiego rodzaju zakładach hotelarskich, w przedsiębiorstwach żeglugowych, lotniczych i turystycznych, a także w administracji zajmującej się usługami hotelarskimi oraz w urzędach i instytucjach, które posiadają wydzielone komórki recepcji. Absolwenci mogą również pracować w biurach usług uzdrowisk, w biurach rozdziału miejsc oraz w obiektach turystycznych zamkniętych, domach wczas-

sowych, campingach, schroniskach, zajazdach i motelach jako: referenci, inspektorzy d/s hotelarstwa, recepcjoniści, kierownicy piętér, informatorzy turystyczni, stewardzi, a po odpowiednim stażu pracy i podniesieniu kwalifikacji jako: instruktorzy organizacji hotelarstwa, kierownicy recepcji, kierownicy zakładów hotelarskich.

Absolwent technikum hotelarskiego lub policealnego studium zawodowego o specjalności „hotelarstwo” powinien posiadać wszechstronne przygotowanie do zawodu, a przede wszystkim umiejętności z zakresu:

- organizacji pracy w zakładach hotelarskich oraz usług w nich świadczonych,
- wyposażenia i urządzenia wewnątrz jednostek mieszkalnych, służbowych i sal gastronomicznych w obiektach hotelarskich,
- technologii gastronomicznej z zasadami racjonalnego żywienia,
- operacji obcymi środkami płatniczymi,
- przepisów paszportowych i dewizowych,
- geografii turystycznej,
- socjologii i organizacji pracy oraz struktur organizacyjnych przedsiębiorstw i systemów zarządzania.

Absolwenci wszystkich szkół turystycznych na poziomie średnim wynoszą z nich odpowiednie przygotowanie z zakresu techniki prac biurowych, maszynopisanie oraz praktycznej znajomości dwóch języków obcych.

Obok dziennych szkół turystyczno-hotelarskich od 1971 roku funkcjonują szkoły dla pracujących, zorganizowane w systemie szkół policealnych. Sieć tych szkół ulega ciąglej modyfikacji w zależności od czynników koniunkturalnych.

Plan nauczania obowiązujący od 1 września 1982 r. (zmodyfikowany 10 lat później przez wspólną Komisję MEN i UKFiT-u) obejmuje 16 przedmiotów. Z przedmiotów zawodowych szczególną rolę przypisuje się nauczaniu języków obcych; czas przeznaczony na nauczanie wybranych dwóch języków zachodnioeuropejskich w nauczaniu trybem stacjonarnym wynosi 5 godzin tygodniowo na I i II roku. Stwarza to możliwość opanowania języka w zakresie niezbędnym w hotelu czy w biurze turystycznym¹.

Pozostałe dwa przedmioty, dla których przeznaczono znaczny wymiar godzin, to obsługa ruchu turystycznego i geografia turystyczna. W dobrze funkcjonującym studium przedmioty te winny być traktowane, obok języków obcych, jako przedmioty wiodące, ważne dla przygotowania zawodowego.

Obok wymienionych jest jeszcze grupa przedmiotów mających charakter pomocniczy czy wspierający. Te przedmioty, chociaż wyznaczono im stosunkowo niewielką ilość godzin w cyklu tygodniowym, powinny dać niezbędną syntezę wiedzy i umiejętności. Takimi przedmiotami są: rachunkowość, ekonomika, żywienie człowieka, pisanie na maszynie.

¹ Policealne Studium Zawodowe. Program nauczania w zawodach: technik hotelarstwa i technik obsługi turystycznej. UKFiT, Warszawa 1993.

Program nauczania obejmuje również praktyki zawodowe odpowiadające specjalizacjom „obsługa ruchu turystycznego” i „hotelarstwo”. W okresie dwóch lat nauki zakłada się w sumie 16 tygodni praktyk według następującego układu: 4 tygodnie po II semestrze, 4 tygodnie praktyki wakacyjnej i 8 tygodni praktyki po III semestrze. Praktyki te organizowane są w biurach turystycznych i hotelach. Czas trwania praktyk w 4 i 5-letnich Technikach Hotelarskich jest zbliżony.

Od 1986 r. pozostawiono dyrektorom szkół możliwość realizacji autorskich programów nauczania, co oznacza możliwość modyfikowania obowiązujących planów.

Wszystkie szkoły mają trudności w uzyskiwaniu pełnych i wiarygodnych informacji, przepisów i materiałów branżowych (np. o aktualnej strukturze organizacyjnej). Wiele szkół nie posiada bardzo potrzebnych pomocy dydaktycznych prezentujących np. wyposażenie wzorcowych hoteli turystycznych, filmów szkoleniowych z zakresu technik obsługi klientów i organizacji pracy w hotelach, a nawet aktualnych map turystycznych. Poziom zawodowego przygotowania kadr do pracy w turystyce i hotelarstwie zależy nie tylko od bazy szkoleniowej i posiadanych przez szkoły środków dydaktycznych, ale również (a nawet przede wszystkim) od kwalifikacji nauczycieli, od ich teoretycznego i praktycznego przygotowania do nauczania specjalistycznych przedmiotów zawodowych. Zwykle w szkołach turystyczno-hotelarskich jako nauczyciele przedmiotów zawodowych pracują m.in. ekonomiści, lingwiści, prawnicy, technolodzy żywienia, geografowie — głównie związani z turystyką. Do rzadkości należą nauczyciele realizujący pełny wymiar godzin z jednej grupy przedmiotów.

Tworzenie klas turystycznych w różnych zespołach szkół doprowadziło do tego, że w roku 1996 kształceniem dla turystyki zajmowały się 174 szkoły w ponad

Tabela 1. Liczba średnich szkół hotelarsko-turystycznych i ich absolwentów w roku szkolnym 1995/96

Lp.	Województwo	Liczba szkół	Liczba absolwentów
1.	częstochowskie	2	30
2.	bielskie	7	282
3.	kieleckie	7	321
4.	krakowskie miejskie	4	121
5.	krośnieńskie	3	61
6.	nowosądeckie	7	93
7.	rzeszowskie	3	35
8.	przemyskie	1	—
9.	tarnowskie	1	—
10.	Razem region Małopolski	35	943
11.	Polska	174	5174

Źródło: dane UKPiT

50 miejscowościach². Na terenie Małopolski działa około 40 takich jednostek zlokalizowanych przede wszystkim w miastach generujących ruch turystyczny, rzadziej w regionach recepcyjnych. W tab. 1. zawarto informacje na temat rozmiarów kształcenia i liczby absolwentów opuszczających te szkoły w ostatnich latach. Liczba słuchaczy we wszystkich rodzajach szkół tego typu przekracza 3000. Szacuje się, że w regionie małopolskim skupia się około jednej czwartej szkolnictwa turystycznego kraju.

Tabela 2. Rozmiary kształcenia dla turystyki w średnich szkołach zawodowych na terenie Małopolski

Lp.	Nazwa instytucji	Liczba słuchaczy 1995/96	Liczba absolwentów 1994/95
1.	ZSE w Krakowie — Kapucyńska	112	41
2.	ZSE w Krakowie — Nowa Huta	41	
3.	ZSG w Rzeszowie	200	
4.	ZSZ w Wadowicach	160	
5.	ZSHT w Wiśle	380	55
6.	ZSHT w Zakopanem	418	79
7.	Razem	1311	175

Tabela 3. Rozmiary kształcenia dla turystyki w szkołach policealnych na terenie Małopolski

Lp.	Nazwa instytucji	Liczba słuchaczy 1995/96	Liczba absolwentów 1995/96
1.	Studium Turystyki, Reklamy i Ubezpieczeń w B. Białej	140	17
2.	Szkoła Organizacji i Zarządzania w Cieszynie	60	14
3.	CKU w Chorzowie	120	60
4.	ZSE w Częstochowie	55	0
5.	CKU w Częstochowie	132	75
6.	Policealne Prywatne Studium ORT w Dąbrowie Tarnowskiej	43	0
7.	ZSE w Gliwicach	61	27
8.	ZSE w Kielcach	246	130
9.	Krakowska Szkoła Hotelarska	245	50
10.	Studium Managerów Turystyki w Krynicy	367	60
11.	Policealne Studium ORT w Łososinie Górnej	66	26
12.	Educator w Nowym Sączu	60	—
13.	Policealne Studium ORT w Suchej Beskidzkiej	33	—
14.	Policealne Studium Zawodowe w Ustroniu	105	22
15.	Prywatna Szkoła Hotelarska w Zakopanem	75	5
16.	Razem	1808	486

²Charakterystyka szkół hotelarsko-turystycznych. Stan w roku szkolnym 1995/96. UKPiT, Warszawa 1996.

Studia turystyczne na poziomie wyższym

Początek lat dziewięćdziesiątych przyniósł powszechną dyskusję nad reformowaniem modelu edukacji w tym również kształcenia zawodowego kadr dla turystyki. Z inicjatywy Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki powołano zespół ekspertów, który przygotował projekt nowego systemu szkolnictwa turystycznego. Równocześnie powstały pierwsze wyższe szkoły turystyczne prowadzące kształcenie w cyklu 3-letnim i nadające tytuł zawodowy licencjatu. W regionie Małopolski jak dotychczas nie ma tego typu szkoły o wyraźnym profilu turystycznym lub hotelarskim.

Celem akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki jest głównie przygotowywanie kadry dla szeroko rozumianej turystyki (studia zawodowe na poziomie wyższym), ludzi rozumiejących różnorodne uwarunkowania, zdolnych do twórczego i krytycznego działania. Kadra ta zatrudniona być może w następujących miejscach pracy:

- przedsiębiorstwach turystycznych wszystkich typów — stanowiska w działach obsługi ruchu turystycznego krajowego i zagranicznego, a zwłaszcza w małych biurach turystycznych,
- zakładach hotelarskich, domach wczasowych — stanowiska w recepcji, kierownicy obiektów czy poszczególnych działów, pracownicy programowi,
- służbach socjalnych — działy wczasów, kolonii, organizacji wypoczynku,
- administracji państwowej szczebla centralnego i regionalnego, służbach specjalnych, informacji turystycznej.

Program wyższych studiów turystycznych winien opierać się na następujących przesłankach:

- holistycznym rozumieniu turystyki jako zjawiska społecznego,
- szerokim zakresie edukacji turystycznej, mającej na celu dostarczenie absolwentom rozległej wiedzy i konkretnych umiejętności,
- umożliwieniu absolwentom startu zawodowego do pełnienia ról kierowniczych w różnych zawodach związanych z turystyką.

Program studiów powinien zapewnić przygotowanie kadry do pracy w sektorze państwowym (administracja turystyczna), spółdzielczym i prywatnym (biura turystyczne, hotele, jednostki obsługi turystyki socjalnej), jednostkach naukowych itd.

Wyższe szkoły zawodowe (licencjackie)

W regionie Małopolski jak dotychczas nie ma tego typu szkoły o wyraźnym profilu turystycznym lub hotelarskim. Istniejące szkoły (np. w Katowicach, Krakowie, Nowym Sączu) kształcą kadry dla turystyki na marginesie zasadni-

czych kierunków busienessowych czy handlowych. Studia podejmowane są na kierunku „turystyka i rekreacja” (Górnośląska Szkoła Handlowa) lub na kierunku „Zarządzania” (Wyższa Szkoła Businessu w Nowym Sączu). W Krakowie studia licencjackie prowadzi również Profesjonalna Szkoła Businessu.

Zaawansowane są prace nad uruchomieniem Międzynarodowej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa. Pod patronatem krakowskich Uczelni (AE, AWF, UJ, AR, PK) powstał projekt nowoczesnej szkoły, która przygotowywać ma kadry dla turystyki i hotelarstwa na poziomie licencjatu.

Rozmiary kształcenia kadr z tytułem licencjat w zakresie turystyki i rekreacji są niewielkie. Od 1995 roku pojawili się pierwsi absolwenci Górnośląskiej Szkoły Handlowej a w 1996 r. szkół businessu w Krakowie i Nowym Sączu. Nie są oni jeszcze znani na rynku pracy, pracodawcy nie mają rozeznania co do ich umiejętności i wiedzy. Ten typ absolwentów długo będzie walczył o należne miejsce między kadrą z tytułami magisterskimi a absolwentami studiów policealnych³.

Uczelnie wyższe państwowe

Główny ciężar kształcenia kadry na poziomie wyższym spoczywa aktualnie na Akademii Wychowania Fizycznego i Akademii Ekonomicznych. Wielodyscyplinarny charakter turystyki powoduje, że możemy uznać niektóre uniwersyteckie kierunki studiów (oparte na bazie nauk geograficznych, ekonomii czy zarządzania) za uzupełniające kształcenie kadry turystycznej.

Uczelnie wyższe włączyły się w przygotowanie kadr dla turystyki w latach siedemdziesiątych. W AWF uruchomiono specjalne Wydziały Turystyki i Rekreacji w Poznaniu, Krakowie. Przygotowują one w ramach odrębnego kierunku kształcenia „turystyka i rekreacja” kadrę do różnych zawodów turystycznych oraz do organizowania i prowadzenia zajęć rekreacyjnych. W 1977 r. rozpoczęto kształcenie turystyczne w ramach studiów geograficznych na Uniwersytecie Jagiellońskim, a później na Uniwersytetach: Łódzkim, Warszawskim i Wrocławskim. Pod koniec lat osiemdziesiątych kształcenie nauczycieli do prowadzenia zajęć turystycznych z młodzieżą rozpoczęto w Wyższych Szkołach Pedagogicznych (Zielona Góra, Bydgoszcz).

Aktualnie studia wyższe o profilu turystycznym są prowadzone w Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu i Krakowie (studia stacjonarne i zaoczne), Akademii Ekonomicznych w Poznaniu, Krakowie, Jeleniej Górze, w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, a także na kierunkach geograficznych Uniwersytetów Łódzkiego (studia dzienne i podyplomowe), Jagiellońskiego oraz na kierunku ekonomicznym Uniwersytetu Gdańskiego. Wspomniane Wyższe

³ Analiza zatrudnienia i kwalifikacji kadr turystycznych w regionie krakowskim. Praca zbiorowa pod red. Z. Kruczka. Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie, Kraków 1996.

Szkoły Pedagogiczne w Zielonej Górze i Bydgoszczy uzupełniają wykaz uczelni prowadzących edukację kadr dla turystyki. Rozmiary kształcenia w uczelniach państwowych na terenie Małopolski ilustruje tab.4.

Tabela 4. Rozmiary kształcenia kadr dla turystyki w uczelniach i wyższych szkołach zawodowych na terenie Małopolski

Lp.	Nazwa instytucji	Liczba słuchaczy 1995/96	Liczba absolwentów 1995/96
1.	Profesjonalna Szkoła Businessu w Krakowie	90	0
2.	Górnślaska Szkoła Handlowa	60	40
3.	Wyższa Szkoła Businessu w Nowym Sączu	—	—*
4.	AWF w Krakowie	960	143
5.	AE w Krakowie	120	50
6.	Uniwersytet Jagielloński	40	20
7.	Razem	1270	253

* Planowane studia z zakresu turystyki nie zostały jeszcze uruchomione.

Programy studiów turystycznych są ciągle modernizowane między innymi na bazie międzynarodowej współpracy w ramach europejskich programów pomocy ośrodkom akademickim (Tempus, Phare czy Erasmus)⁴. Coraz częściej stawiana jest teza o konieczności uruchomienia w Polsce Wyższej Szkoły (Akademii) Turystycznej, która kształciłaby kadry na różnych poziomach (zawodowym i magisterskim), jak to ma miejsce w krajach Europy Zachodniej.

Jedną z ważniejszych kwestii, determinujących szanse rozwoju wyższego szkolnictwa turystycznego i jakość tych studiów, jest odpowiednie przygotowanie kadry nauczającej. Mając to na uwadze proponuje się w ostatnich latach wiele specjalnych kursów dla nauczycieli akademickich, prowadzonych przez wykładowców z uczelni zachodnioeuropejskich⁵.

Inną formą przygotowania kadr do pracy w turystyce są studia podyplomowe zorganizowane przez większość uczelni przygotowujących kadry dla turystyki, a także przez różne uniwersytety. Profil programowy studiów podyplomowych kształtowany jest przez organizatorów, tzn. Szkoły wyższe. Uczelnie ekonomiczne prowadzą studia podyplomowe dla kadry kierowniczej biur i organizacji turystycznych czy administracji terenowej. Akademie Wychowania Fizycznego organizują studia podyplomowe dla organizatorów turystyki i nauczycieli oraz dla służb socjalnych zakładów pracy. Uniwersytety prowadzą studia podyplomowe o tematyce geograficznej (Łódź) czy kulturalnej (Warszawa).

⁴ S. Bosiacki, Możliwości dostosowania planów i programów kształcenia kadr na poziomie akademickim w Polsce do wymogów EWG, Materiały Konferencji „Kształcenie kadr dla turystyki w krajach Europy Wschodniej”, mnp w Katedrze Turystyki AWF, Kraków.

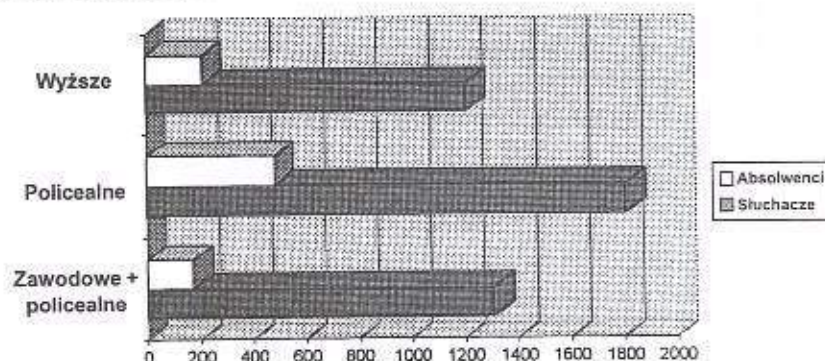
⁵ Porównaj H. Wolterman, Train-The Trainer-In-Tourism, Materiały Konferencji „Kształcenie kadr dla turystyki w krajach Europy Wschodniej”, op. cit.

Transformacja gospodarki turystycznej do standardów rynkowych wywołuje pilną (i niezaspokojoną) potrzebę prowadzenia szkolenia w zakresie przepisów prawnych, finansowych, VAT, ubezpieczeń, marketingu, reklamy, zastosowania technik komputerowych i multimedialnych. Konieczne jest przeszkolenie kadry zatrudnionej w obiektach turystyki socjalnej (domy wczasowe i sanatoria) nie posiadającej na ogół kwalifikacji do pracy w turystyce. Odczuwa się również potrzebę permanentnego doksztalcania pracowników administracji rządowej i samorządowej.

Obok kształcenia kadr mamy do czynienia z jej **doskonaleniem**. Przez doskonalenie kadry turystycznej można rozumieć podnoszenie nabytych wcześniej kwalifikacji (np. kursy językowe, podwyższenie kategorii w zakresie pilotażu czy przewodnictwa, informatora turystycznego) lub uzyskanie nowych umiejętności. Ofertę doskonalenia kadr tworzy Instytut Turystyki, Zakład Doskonalenia Zawodowego, Ośrodek Doskonalenia Kadr ORBIS.

Analiza wielkości kształcenia kadr dla turystyki i hotelarstwa w Małopolsce

Analiza oparta została na danych uzyskanych drogą wywiadów z dyrektorami instytucji zajmujących się kształceniem. Przedmiotem analizy są rozmiary kształcenia — a w szczególności liczba absolwentów przygotowanych kierunkowo do pracy w turystyce i hotelarstwie oraz liczba studentów i słuchaczy (uczniów) w szkołach średnich i policealnych. Zestawione w tabelach 1—5. dane pozwalają na określenie rozmiarów kształcenia w interesującej nas dziedzinie na terenie Małopolski.



Ryc. 1. Rozmiary kształcenia kadr dla turystyki w Małopolsce

Mimo niepełnych danych można w przybliżeniu określić rozmiary kształcenia kadr dla turystyki jako znaczne. Dotyczy to zarówno szkolnictwa średniego i policealnego jak i szkolnictwa wyższego (zawodowego i akademickiego).

go). W 37 ujętych w naszym sondażu szkołach średnich i studiach policealnych kształci się łącznie ponad 4200 osób, a liczba absolwentów z uprawnienia do pracy w turystyce osiąga pułap 870 osób rocznie (dane za rok szkolny 1994/95).

Szkolnictwo turystyczne na poziomie wyższym w regionie krakowskim zdominowane zostało przez Akademię Wychowania Fizycznego (około 80% studentów i 65% absolwentów). Rola pozostałych uczelni wyższych (poza Akademią Ekonomiczną w Krakowie) jest marginalna. Niewiele jest wyższych szkół zawodowych (w Nowym Sączu, Krakowie, Katowicach) kształcących w zakresie turystyki. Są one skupione w zachodniej części regionu. Szkoły te są jednostkami słabymi kadrowo, a programy nauczania pozostawiają wiele do życzenia i najczęściej nie spełniają one określonych przez UKFiT i MEN tzw. minimum programowych.

Jednym z ważniejszych problemów szkolnictwa turystycznego jest zapewnienie drożności kształcenia, tj. możliwości kontynuowania kształcenia od szkoły średniej ogólnokształcącej do uzyskania tytułu magistra. Koncepcję drożności dla absolwentów szkół średnich oraz słuchaczy studiów policealnych w zakresie zdobywania kwalifikacji i uprawnień do pracy w turystyce przedstawiła jak na razie tylko Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie (patrz ryc. 2), od roku akademickiego 1996/97 realizująca nowy, II stopniowy program studiów. Koncepcja ta uwzględnia potrzeby regionu, sieci szkół policealnych w całej Polsce (skrócona wersja studiów zaocznych dla absolwentów 2-letnich, policealnych studiów „ort” i „hot”) oraz absolwentów wyższych szkół zawodowych, legitymujących się odpowiednim licencjatem w zakresie turystyki i rekreacji.



Ryc. 2. Schemat drożności studiów turystycznych w AWF Kraków w relacji do szkół policealnych i wyższych szkół zawodowych

Uwagi i wnioski

Przeprowadzone wywiady i analizy pozwalają na wysunięcie następujących wniosków:

- kształcenie kadr dla turystyki w regionie Małopolski jest rozbudowane pod względem ilościowym, prawie 40 jednostek prowadzi kształcenie na poziomie średnim, policealnym, wyższym zawodowym i akademickim,
- sieć szkół jest nierównomierna, z wyraźnym uprzywilejowaniem wielkich aglomeracji miejskich, a zwłaszcza Krakowa,
- liczba absolwentów tych szkół jest duża, zwłaszcza w odniesieniu do podstawowych zawodów: technika obsługi ruchu turystycznego i technika hotelarstwa,
- nadprodukcja kadry przygotowanej do pracy w turystyce stawia absolwentów w ostrej konkurencji, kształtuje się rynek pracodawcy, mogących wybierać najlepszych absolwentów do swojej firmy,
- sieć szkół, szczególnie policealnych ulega ciągłej modyfikacji, są to na ogół jednostki słabe, bez zaplecza kadrowego i technicznego; nie gwarantuje to dobrej jakości kształcenia,
- nierozwiązany jest problem drożności kształcenia kadr dla turystyki, oferta AWF w Krakowie w tym zakresie warta jest upowszechnienia w innych Uczelniach i ośrodkach akademickich.

Education for the Tourism Industry in the Małopolska Region

This paper presents the education for the tourist industry in the Małopolska Region in the aspect of the whole of education for this sector of business. Analysis concerns both levels of education — secondary (colleges and technical schools) and the academic level. The research shows that in the scale of one region only (covering 8 voivodships) the number of graduates is much higher than needs of the industry. In the year 1995/96 there were 35 schools providing education on all different levels to about 4000 students, and about 900 students graduated that year.

Piśmiennictwo

- [1] *Analiza zatrudnienia i kwalifikacji kadr turystycznych w regionie krakowskim*. Praca zbiorowa pod red. Z. Kruczka. Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie. Kraków 1996.
- [2] Bosiacki S., *Możliwości dostosowania planów i programów kształcenia kadr na poziomie akademickim w Polsce do wymogów EWG*, Materiały z Konferencji „Kształcenie kadr dla turystyki w krajach Europy Wschodniej”, mnp. w Katedrze Turystyki AWF w Krakowie.

- [3] Charakterystyka szkół hotelarsko-turystycznych. Stan w roku szkolnym 1995/96. Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa 1996.
- [4] Gotowt-Jeziorska A., *Sprawy reformowania szkolnictwa turystycznego w Polsce w działalności Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki*. Problemy Turystyki 1992, nr 2.
- [5] Kruczek Z., *Kształcenie kadr dla turystyki na poziomie wyższym w Polsce na tle światowych tendencji*, Wydawnictwo Monograficzne nr 56, AWF, Kraków 1993.
- [6] Unrug M., *Wykształcenie pracowników gospodarki turystycznej w świetle spisów kadrowych z lata 1973—1983*. Zeszyty Naukowe nr 247. Prace z zakresu ekonomiki turystyki. AE, Kraków 1988.
- [7] Wolterman H, *Train-The Trainer-In-Tourism*, Materiały Konferencji „Kształcenie kadr dla turystyki w krajach Europy Wschodniej”, mnp. w Katedrze Turystyki AWF w Krakowie.

LOSY ZAWODOWE ABSOLWENTÓW ŚREDNICH SZKÓŁ HOTELARSKO-TURYSTYCZNYCH W POLSCE Z LAT 1991—1993

*Hanna Borne-Falencik **

Wstęp

Instytut Turystyki na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki przeprowadził w 1993 r. badania nad losami absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych w Polsce z lat 1991—1993 i ich przydatnością do pracy w turystyce.

Niniejszy artykuł przedstawia wyniki pierwszej części zadania badawczego, w którym próbowano znaleźć odpowiedź na poniższe pytania:

- A. Jakie są motywy i stopień zadowolenia absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych z dokonanego wyboru zawodu?
- B. Jak oceniają absolwenci możliwości zatrudnienia w turystyce, również problematykę pierwszej pracy zawodowej i trudności w jej wykonywaniu.
- C. Jaki jest stopień wykorzystania tych absolwentów w turystyce, tzn. czy badani absolwenci podejmują pracę w wyuczonym zawodzie? Jeśli tak, to na jakich stanowiskach pracy, jeśli nie, to dlaczego nie przystępują do pracy zgodnie z posiadanymi kwalifikacjami? W jakim stopniu są zadowoleni z aktualnie wykonywanych czynności zawodowych?
- D. Jak kształtuje się fluktuacja zawodowa badanej zbiorowości oraz jej perspektywy (łącznie z analizą przyczyn tych zjawisk), a także próba określenia charakteru zmian stanowisk pracy w całokształcie drogi zawodowej absolwentów.

Badaniami nad losami absolwentów średnich, publicznych szkół hotelarsko-turystycznych objęto wszystkich absolwentów, którzy uzyskali zawód technika hotelarstwa i technika obsługi turystycznej w 5-letnich technikach hotelarskich oraz w 2-letnich policealnych szkołach zawodowych w latach 1991—1993. Informacje o absolwentach otrzymano ze szkół, w których kształci się uczniów dla

* Instytut Turystyki w Warszawie, ul. Merliniego 9a.

potrzeb gospodarki turystycznej. Podstawę ustalenia liczby absolwentów stanowiły imienne wykazy (wraz z adresami) sporządzone w szkołach z dokumentacji ewidencyjnej uczniów i słuchaczy.

Ogółem otrzymano dane o 2401 absolwentach z 19 punktów kształcenia. Wśród nich technicy hotelarstwa stanowili 62,2% ogółu badanych, a technicy obsługi turystycznej 37,8%.

Podstawą analizy, przedstawioną w niniejszym opracowaniu, są opinie zebrane od 728 absolwentów, tj. od 30,3% osób, które zostały objęte badaniami (około 5% wysłanych stanowiły zwroty z napisem „adresat nieznany”).

Na próbie 150 otrzymanych zwrotnych odpowiedzi dokonano kategoryzacji pytań otwartych oraz uzupełnień pytań już sklasyfikowanych w ankiecie. Na tej podstawie zbudowano system kodujący ankiety. Procedurze kodowania poddano 728 ankiet. Przygotowano oprogramowanie komputerowe i wprowadzono dane z ankiet do komputera. Nastąpiło przetworzenie danych i uzyskano wyniki.

Charakterystyka badanej zbiorowości

W badaniach zdecydowanie przeważają kobiety, stanowiąc 81,5% ogółu badanych. Co szósta osoba kształcąca się w średnich, publicznych szkołach hotelarsko-turystycznych w Polsce w latach 1991–1993, to mężczyzna. Wśród techników hotelarstwa odsetek kobiet jest jeszcze większy (85,4%), natomiast wśród techników obsługi turystycznej jest on większy o 24,8%.

Badana zbiorowość to ludzie młodzi w przedziale wieku 23–25 lat. Na taką strukturę wieku wpłynęły niewątpliwie lata ukończenia szkoły hotelarsko-turystycznej. Największy udział w badaniach mają absolwenci, którzy ukończyli średnią szkołę zawodową w 1993 r. (42,8%). Co trzecia osoba kończyła naukę w zawodach turystycznych w 1992 r. (32,8%), a najmniejszy procent (23,9%) w 1991 r.

Istotne dla całokształtu przeprowadzonych analiz są informacje dotyczące typu ukończonej szkoły oraz charakter uzyskanego zawodu.

- 71,7% badanej zbiorowości ukończyło 2-letnie policealne szkoły zawodowe, uzyskując w 48,3% zawód technika hotelarstwa oraz w 51,7% zawód technika obsługi turystycznej,
- 28,3% respondentów ukończyło 5-letnie technika hotelarskie, uzyskując zawód technika hotelarstwa,
- w sumie w badaniach technicy hotelarstwa stanowią 62,9% ogółu, a technicy obsługi turystycznej 37,1%.

Dalszą cechą charakteryzującą respondentów są ich uprawnienia zawodowe. W pracy w turystyce są one rzeczą nieodzowną. Często decydują o możliwościach podjęcia pracy zawodowej. Tylko 25,5% badanych posiada takie uprawnienia. Średnia uprawnień na jednostkę wynosiła 1,4.

Motywy i stopień zadowolenia z dokonanego wyboru zawodu

Mówi się, że straty społeczne poniesione z niewłaściwego wyboru zawodu są bardzo duże, nie licząc indywidualnych rozgoryczeń. Biorąc to pod uwagę każdy młody człowiek powinien otrzymywać poradę zawodową, stosowną do jego indywidualnych możliwości, potrzeb i zainteresowań, a uczniowie dokonujący wyboru kierunku szkoły zawodowej powinni zapoznać się z potrzebami gospodarki, z warunkami pracy w różnych zawodach i wymaganiami jakie stawia przed kandydatami zawodów, w którym chcą się kształcić.

Przedstawiciele przedsiębiorstw hotelarsko-turystycznych nierzadko informują na różnych spotkaniach i konferencjach, że podstawową przyczyną małego dopływu nowych kadr do pracy w turystyce jest fakt, że do szkół hotelarsko-turystycznych przychodzi młodzież przypadkowo, bez chęci pozostania w wyuczonym zawodzie. Motywacja wyboru zawodu może więc nam pomóc ujawnić czynniki wpływające na późniejszą korektę, czy zmianę wcześniejszych planów zawodowych absolwentów, zwłaszcza wówczas, gdy nabiera istotnie niepożądanych cech losowej przypadkowości.

Co mówią na ten temat sami absolwenci? Czy dokonany przez nich wybór zawodu, wyrażający się w podjętej decyzji zgłoszenia się do szkoły hotelarsko-turystycznej i ukończenia jej, jest wynikiem poradnictwa zawodowego, czy też rzeczywiście „przypadku” lub ostatecznością z braku innych możliwości kształcenia? Na pytanie „co zdecydowało o wyborze kierunku ukończonej szkoły hotelarsko-turystycznej” (z możliwością wskazania 3 czynników) uzyskano od absolwentów w sumie 1598 odpowiedzi, to znaczy, że respondenci średnio podali przynajmniej dwa powody wyboru tego typu szkoły. W przeważającej większości wskazali na dwa czynniki: „przeświadczenie o atrakcyjności pracy w turystyce” — motyw ten podało ogółem 66,2% respondentów oraz „własne zainteresowania” (60,0%).

Podobne relacje występują u absolwentów z tytułem technika hotelarstwa, jak i technika obsługi turystycznej (odpowiednio: 67,0% i 64,8% oraz 57,9% i 63,7%). Trzecim motywem wyboru szkoły hotelarsko-turystycznej było niedostanie się na wyższe studia (29,8%). Element ten był wymieniany w zdecydowanie większym stopniu przez absolwentów kierunku obsługi turystycznej (43,3%) niż hotelarstwa (21,8%). Na tak istotną dysproporcję wpłynął fakt, iż 28,3% respondentów tych badań ukończyło 5-letnie technika hotelarskie i nie był to ich problem w momencie dokonywania wyboru zawodu. „Przeświadczenie o możliwości uzyskania pracy w turystyce” miało również znaczący wpływ na podjętą przez absolwentów decyzję wyboru szkoły hotelarsko-turystycznej. Na motyw ten wskazała prawie jedna czwarta przedstawicieli obu analizowanych zawodów.

Tabela 1. Motywy wyboru szkoły wg opinii absolwentów kierunków hotelarsko-turystycznych

Co zdecydowało u Pana(i) o wyborze kierunku ukończonej szkoły hotelarsko-turystycznej	Ogółem 728 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 458 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 270 (N=100%)
przeświadczenie o atrakcyjności pracy w turystyce	66,2	67,00	64,8
niedostanie się na wyższe studia	29,8	21,8	43,3
namowa rodziców, kolegów, znajomych	16,8	21,00	9,6
preorientacja prowadzona w szkołach	1,5	1,3	1,9
przeświadczenie o możliwości uzyskania pracy w turystyce	23,2	23,4	23,00
własne zainteresowania	60,00	57,9	63,7
masowe środki przekazu	2,1	2,4	1,5
przypadek	9,9	9,4	10,7
przeświadczenie o możliwości nauki języków obcych	6,00	8,1	2,6
inne	3,6	3,5	3,7
brak odpowiedzi	0,4	0,4	0,4

Co szósty respondent mówił, że namowa rodziców, kolegów i znajomych była także czynnikiem wpływającym na dokonany wybór zawodu, przy czym absolwenci kierunku hotelarskiego wskazywali ten motyw częściej (co piąty) niż kierunku obsługi turystycznej (co dziesiąty).

Do sporadycznych należały wypowiedzi, że wybór szkoły hotelarsko-turystycznej dokonywał się pod wpływem prowadzonej preorientacji w szkole (1,5%) oraz dzięki informacji uzyskanych z masowych środków przekazu (2,1%). Można dodać, że wśród badanych absolwentów wystąpiło pozytywne zjawisko, a mianowicie masowo stwierdzili oni, że wybierając szkoły hotelarsko-turystyczne kierowali się przede wszystkim własnymi zainteresowaniami z jednej strony oraz przeświadczeniem o atrakcyjności pracy w turystyce z drugiej.

Trafny wybór zawodu polega na zgodności zainteresowań i uzdolnień oraz właściwości psychofizycznych jednostek z zapotrzebowaniem na rynku pracy. Czy rzeczywiście tak się stało w przypadku absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych? Spytano ich o stopień zadowolenia z dokonanego wyboru zawodu.

Tabela 2. Stopień zadowolenia z dokonanego wyboru zawodu wg opinii absolwentów

Czy jest Pan(i) zadowolony(a) z dokonanego wyboru zawodu?	Ogółem 728 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 458 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 270 (N=100%)
zdecydowanie tak	44,5	51,5	32,6
częściowo	49,5	44,1	58,5
nie	3,2	2,6	4,1
nie mam zdania	2,7	1,7	4,4
brak odpowiedzi	0,1	—	0,4

Ogółem 44,5% absolwentów jest zdecydowanie zadowolonych z dokonanego wyboru zawodu, a połowa tylko częściowo (49,5%), przy czym w większym stopniu deklarują swoje całkowite zadowolenie technicy hotelarstwa (51,5%) niż technicy obsługi turystycznej (32,6%). Odwrotna sytuacja ma miejsce przy częściowym zadowoleniu — odpowiednio: 44,1% i 58,5%. Niewielki procent (3,2%) respondentów jest „zupełnie niezadowolonych” z ukończonej przez siebie szkoły (relatywnie dwukrotnie więcej techników obsługi turystycznej niż hotelarstwa). W pytaniu poproszono również absolwentów o uzasadnienie deklarowanej opinii. Poniżej podano czynniki (w kolejności ich malejącego nasilenia), które spowodowały brak całkowitej akceptacji problemu:

- trudności w znalezieniu pracy w wyuczonym zawodzie (168 głosów),
- szkoła nie zapewnia kwalifikacji wymaganych na branżowym rynku pracy, wiedza i umiejętności nie są adekwatne do wymagań stawianych w tej branży (55),
- zarobki w firmach hotelarsko-turystycznych są niższe niż w innych dziedzinach gospodarki, czasami są wręcz upokarzające (47),
- wybór zawodu nie do końca był świadomą, indywidualnie podjętą decyzją (12),
- inne przyczyny (10).

Zdecydowanie najpoważniejszą przyczyną braku całkowitego zadowolenia z dokonanego wyboru zawodu są trudności w znalezieniu pracy w wyuczonym zawodzie. Jeżeli do tego dodamy oferowane bardzo niskie wynagrodzenia oraz fakt, że wiedza i umiejętności zdobyte w szkole nie odpowiadają wymaganiom stawianym przez rynek pracy — to trudno się dziwić pewnemu niezadowoleniu i frustracji. Dotyczy to zarówno techników hotelarstwa, jak i techników obsługi turystycznej.

Pierwsza praca zawodowa absolwentów po szkole hotelarsko-turystycznej

Możliwości zatrudniania oraz poszukiwania i charakter pierwszej pracy zawodowej.

Na pytanie, czy łatwo jest znaleźć pracę w wyuczonym zawodzie hotelarsko-turystycznym — ok. 50,0% badanych absolwentów stwierdziło, że jest trudno lub zupełnie nie można, a tylko 2,7% podało, że łatwo, pozostali — po pewnym oczekiwaniu i szukaniu. Należy zaznaczyć, że zdecydowanie pesymistyczniej wypowiadają się o możliwościach zatrudniania technicy obsługi turystycznej (60,4%) niż technicy hotelarstwa (37,3%). Po pewnym oczekiwaniu i szukaniu pracy zgodnej z wyuczonym zawodem technicy hotelarstwa twierdzą, że łatwiej znajdują pracę (50,4%) niż technicy obsługi turystycznej (31,1%).

Tabela 3. Możliwości zatrudniania absolwentów szkół hotelarsko-turystycznych wg ich opinii

Czy zdaniem Pana(i) łatwo jest znaleźć pracę w wyuczonym zawodzie?	Ogółem 728 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 458 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 270 (N=100%)
bardzo łatwo	2,7	3,3	1,9
po pewnym oczekiwaniu i szukaniu	43,3	50,4	31,1
trudno znaleźć pracę	41,1	34,9	51,1
zupełnie nie można znaleźć pracy w branży hotelarsko-turystycznej	4,8	2,4	8,9
nie orientuję się	8,00	8,7	6,7
brak odpowiedzi	0,1	0,2	—

A jak było w rzeczywistości? Zaraz po ukończeniu szkoły hotelarsko-turystycznej 61,8% respondentów rozpoczęło pracę zawodową — prawie co trzeci technik hotelarstwa, ale już co czwarty technik obsługi turystycznej. Nie podjęło pracy zawodowej 38%, głównie z powodu rozpoczęcia nauki na wyższych studiach 61,4%. Jedni nie znaleźli żadnej pracy zawodowej i byli, a drudzy są nadal bezrobotnymi (26,4%). Dalsze przyczyny tego stanu rzeczy to:

- wyjazd za granicę w celach nauki języków obcych,
- wyjazd za granicę w celach zarobkowych,
- urlop wychowawczy,
- odbywanie zasadniczej służby wojskowej.

Tabela 4. Rozpoczęcie pracy zawodowej przez absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych wg ich opinii

Czy zaraz po ukończeniu szkoły hotelarsko-turystycznej rozpoczął(a) Pan(i) pracę zawodową?	Ogółem 728 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 458 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 270 (N=100%)
tak od razu	28,8	31,7	24,1
tak, ale nie od razu	33,00	31,7	35,2
nie podjął pracy	38,00	36,5	40,7
brak odpowiedzi	0,1	0,2	—

Więcej niż połowa respondentów, którzy podjęli pierwszą pracę zawodową, objęła stanowiska zgodne i częściowo zgodne z przygotowaniem zawodowym w hotelarstwie i turystyce, przy czym technicy hotelarstwa zdecydowanie powyżej połowy swojej zbiorowości (64,9%), natomiast technicy obsługi turystycznej równo w połowie. Druga ich część znalazła zatrudnienie, ale zupełnie nie związane z wykształceniem. Ci absolwenci zaznaczyli, że trwały liczne poszukiwania, lecz w końcu podjęli pracę jaką im zaproponowano, nie stając się tym samym bezrobotnymi osobami (co było przez nich podkreślane).

Ci, którzy podjęli pracę zawodową zgodną lub częściowo zgodną z wyuczonym zawodem uzyskali ją głównie dzięki własnym poszukiwaniom. Tak było w przypadku 45,5% techników hotelarstwa i 47% techników obsługi turystycznej.

Tabela 5. Charakter podjętej pracy zawodowej wg opinii absolwentów szkół hotelarsko-turystycznych

Pierwsza praca zawodowa była:	Ogółem 463 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 299 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 164 (N=100%)
zgodna z przygotowaniem do pracy w hotelarstwie i turystyce	46,00	51,8	35,4
tylko częściowo zgodna z przygotowaniem do pracy w tej branży	13,6	13,1	14,6
zupełnie niezgodna z przygotowaniem do pracy w tych dziedzinach	40,2	34,8	50,00
brak odpowiedzi	0,2	0,3	—

Tabela 6. Sposoby otrzymania pracy zgodnej z kierunkiem wykształcenia wg opinii absolwentów szkół hotelarsko-turystycznych

Sposoby otrzymania pracy	Ogółem 279 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 196 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 83 (N=100%)
dzięki własnym poszukiwaniom	45,4	44,9	47,00
za pośrednictwem instytucji, gdzie odbywało się praktyki zawodowe	12,9	11,7	15,7
poprzez kolegów, rodziców, znajomych	15,4	15,8	14,5
za pośrednictwem urzędu zatrudnienia	5,7	7,1	2,4
przy pomocy kierownictwa szkoły i nauczycieli	12,3	13,8	8,4
poprzez informacje w prasie, na tablicy ogłoszeń w szkole itp.	5,7	4,6	8,4
założenie własnej spółki, firmy, zakładu	0,7	—	2,4
w inny sposób	1,4	1,5	1,2
brak odpowiedzi	0,3	0,5	—

Na drugim miejscu absolwenci wymienili pomoc kolegów, znajomych i rodziców. Co ósmy respondent stwierdził, że uzyskał tę pracę za pośrednictwem instytucji, w której odbywał praktyki zawodowe i także co ósmy dzięki pomocy dyrekcji szkoły i nauczycieli. Z tej ostatniej możliwości skorzystało więcej techników hotelarstwa niż techników obsługi turystycznej.

Do innych sposobów otrzymania pracy zgodnej z kierunkiem kształcenia wg opinii absolwentów należą: pośrednictwo urzędu zatrudnienia (5,7%), korzystali z tego głównie technicy hotelarstwa, oraz informacje w prasie, radiu, na tablicy ogłoszeń, w szkole itp. (5,7%).

Trudności absolwentów w wykonywaniu pracy zawodowej

W ankiecie zapytano absolwentów, tych co uzyskali pracę zgodną lub częściowo zgodną z przygotowaniem zawodowym, czy napotykali na trudności zawodowe. Według 59,1% badanej zbiorowości nie występowały tego rodzaju problemy, 25,8% odpowiedziało, że częściowo a 13,7%, że miały miejsce.

Tabela 7. Stopień trudności zawodowych absolwentów w wykonywaniu pierwszej pracy zawodowej zgodnej z kierunkiem wykształcenia, wg ich opinii

Trudności zawodowe	Ogółem 279 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 196 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 83 (N=100%)
tak, występowały	13,7	9,7	22,9
częściowo występowały	25,8	25,00	27,7
nie występowały	59,1	63,8	48,2
brak odpowiedzi	1,4	1,5	1,2

Technicy obsługi turystycznej odczuwali więcej kłopotów przy wykonywaniu pracy zawodowej niż technicy hotelarstwa. Spytano się również respondentów o przyczyny zaistniałych trudności (pytanie otwarte w ankiecie). Oto one, podane w kolejności ich malejącego nasilenia:

- problem właściwego przygotowania do zawodu. Wyuczone kwalifikacje zawodowe nie znajdują odbicia w pracy zawodowej. Co czwarty absolwent, u którego występowały trudności zawodowe, wyraził tę opinię. Szczególnie dotyczy ona techników obsługi turystycznej,
- nieumiejętność korzystania z urządzeń technicznych, w tym także komputera,
- słaba znajomość języków obcych,
- niedostateczna umiejętność obcowania z klientem. Kwestie rozmów, negocjacji, zachowania się w trudnych, nietypowych sytuacjach itp.,
- trudności wynikające z niewłaściwej organizacji pracy w firmie,
- brak pomocy i życzliwości otoczenia — zdany tylko na siebie,
- podjęcie pracy, która od samego początku wymagała konieczności szkolenia zawodowego (np. praca w hotelu „Bristol” w Warszawie),
- personel przedsiębiorstwa sam nie był przygotowany profesjonalnie do zadań zawodowych. Absolwent był jedyną osobą specjalistycznie wykształconą w tym kierunku.

Stosunek otoczenia do absolwentów w I miejscu pracy

Jak bardzo ważny jest to element, każdy z nas dobrze o tym wie. Przychylność zarówno kierownictwa, jak i kolegów może stać się elementem dobrej adaptacji zawodowej. Jak wyglądało to u badanej zbiorowości?

Przeszło połowa respondentów spotkała się z przychylnością kierownictwa. Trochę więcej życzliwości od tych osób doznali technicy hotelarstwa niż technicy obsługi turystycznej (odpowiednio: 59,2% i 55,4%). Co czwarty absolwent wymieniał tylko częściową opiekę, a co ósmy stwierdził, że w ogóle jej nie było. Ogółem z większą przychylnością respondenci spotkali się ze strony kolegów, współpracowników (67,0%).

Tabela 8. Atmosfera w I miejscu pracy zgodnej z kierunkiem wykształcenia, wg opinii absolwentów szkół hotelarsko-turystycznych

Jaki był stosunek otoczenia do Pana(i) w pierwszym miejscu pracy?	Ogółem 279 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 196 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 83 (N=100%)
życzliwość i opieka kierownictwa: tak była	58,1	59,2	55,4
tylko częściowo	28,00	27,6	29,00
nie było jej	12,2	11,7	13,2
brak odpowiedzi	1,7	1,5	2,4
życzliwość i opieka kolegów: tak, była	67,00	66,3	68,7
tylko częściowo	27,2	28,6	24,1
nie było jej	3,6	3,6	3,6
brak odpowiedzi	2,2	1,5	3,6

Dalsza droga zawodowa absolwentów

Fluktuacja miejsca pracy dokonywana przez absolwentów oraz jej przyczyny

Praktyka życia codziennego potwierdza ujemne skutki braku stabilizacji kadr, rzutując niewłaściwie na realizację zadań gospodarczych.

Pojęcie „ruchliwości pracownicznej” jest określane jako skłonność człowieka do zmiany miejsca pracy lub zawodu, w zależności od osiągnięcia gdzie indziej korzystniejszych warunków ekonomicznych i pozaekonomicznych.

Analiza dynamiki ruchliwości zawodowej absolwentów wykazała, że 52,7% w ogóle nie zmieniał miejsca pracy od momentu ukończenia szkoły i podjęcia pierwszej pracy zawodowej.

Tabela 9. Fluktuacja miejsca pracy dokonywana przez absolwentów szkół hotelarsko-turystycznych, wg ich opinii

Czy od czasu zatrudnienia w pierwszej instytucji zmienił(a) Pan(i) miejsce pracy?	Ogółem 463 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 299 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 164 (N=100%)
tak	46,7	45,8	48,2
nie	52,7	53,5	51,2
brak odpowiedzi	0,6	0,7	0,6

Miejsce zatrudnienia zmieniali 46,7% respondentów, wśród nich — 52,8% po raz pierwszy, 32,9% dwa razy, 13,9% trzy razy i więcej. O ile samo zjawisko fluktuacji jest podobne dla obu grup techników, o tyle częstotliwość zmian różni przedstawicieli obu zawodów. Technicy obsługi turystycznej zmieniali częściej niż jeden raz miejsce zatrudniania, a co szósty dokonywał 3 razy i więcej. Technicy hotelarstwa częściej od poprzednich zmieniali 2 razy miejsce pracy.

Tabela 10. Rozmiary fluktuacji dokonywanej przez absolwentów szkół hotelarsko-turystycznych, wg ich opinii

Częstotliwość zmian miejsc pracy	Ogółem 216 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 137 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 79 (N=100%)
jeden raz	52,8	48,9	59,5
dwa razy	32,9	38,7	22,8
trzy razy i więcej	13,9	12,4	16,4
brak odpowiedzi	0,4	—	1,3

Czy przedstawione wielkości to dużo, czy mało? Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, gdyż fluktuacja będzie tak długo istniała u jednostki, dopóki nie nastąpi rzeczywista stabilizacja. Jest ona rezultatem świadomego wyboru, wewnętrznej akceptacji firmy zatrudniającej, stanowiska i będzie się wyrażała identyfikacją z zawodem i miejscem zatrudnienia.

Przyjrzyjmy się zatem przyczynom wszelkich zmian miejsc pracy, podawanym przez respondentów w całokształcie ich dotychczasowej drogi zawodowej. W badanej zbiorowości 216 osób, które zmieniały pracę, niezależnie od częstotliwości zmian podało 429 (N=100%) powodów tego faktu. Oto one w kolejności ich malejącego nasilenia:

- 37,3% przyczyn zmian miejsc pracy to otrzymanie awansu zawodowego: przede wszystkim ciekawszej i bardziej samodzielnej pracy oraz wyższego stanowiska. Na elementy te w większym odsetku wskazywali technicy hotelarstwa (41,2%) niż technicy obsługi turystycznej (31,0%),
- 30,5% wszystkich przyczyn koncentruje się wokół warunków materialnych — chęci zarabiania więcej. Pamiętajmy, że element ten był jednym z podstawowych braku całkowitej akceptacji dla wyuczonej profesji. Sprawa ta dotyczy bowiem obydwu analizowanych zawodów,
- 11,6% to niewłaściwa atmosfera w pracy i nie najlepsze stosunki międzyludzkie,
- 8,4% to powroty do wyuczonego zawodu, chęć pracy zgodnej z kierunkiem wykształcenia zawodowego,
- 4,9% przyczyn jest związanych ze zmianami w przedsiębiorstwach, takimi jak redukcje zatrudnienia, upadek firm, czy reorganizacje instytucji,
- 4,7% — względy rodzinne: zmiana miejsca zatrudnienia, choroby, urlopy wychowawcze i powroty do pracy już w innym przedsiębiorstwie,
- 2,5% — inne przyczyny (wyjazdy za granicę, odbywanie służby wojskowej).

Wydaje się, że w celu zapobiegania nadmiernej fluktuacji kadry turystycznej pierwszoplanowym zadaniem powinno być podniesienie jej płac. Są to rzeczywiście czasami żenujące kwoty, nie występujące w innych dziedzinach gospodarki narodowej, w stosunku do zatrudnionych w nich kadry specjalistycznej. Samodzielność, ciekawsza i bardziej odpowiedzialna praca, to również czyn-

niki warunkujące jej stabilizację. Zdarzały się wypowiedzi — i to wcale nie tak sporadyczne — o braku przygotowania profesjonalnego ze strony już zatrudnionych pracowników. Wydawałoby się więc, iż ich kwalifikacje powinny być zatem należycie ocenione i docenione. Rzeczywistość wyglądała jednak inaczej.

*Charakter zmian stanowisk pracy w całokształcie
drogi zawodowej absolwentów*

W poniższych tabelach przedstawiono wszystkie stanowiska pracy, na których byli zatrudniani poszczególni absolwenci w całokształcie swojej drogi zawodowej, z uwzględnieniem zatrudniającej instytucji oraz charakteru zdobytych kwalifikacji i zgodności ich z wykonywaną pracą.

Jest rzeczą oczywistą, że istnieje wyraźny podział **na stanowiska pracy zgodne z wyuczonym zawodem**, które zajmowali technicy hotelarstwa i technicy obsługi turystycznej. Takim podstawowym stanowiskiem pracy technika hotelarstwa (bez względu na rodzaj ukończonej szkoły) jest posada recepcjonisty w bazie noclegowej: hotele, motele, zajazdy, pensjonaty (137).

Pięciokrotnie rzadziej występuje stanowisko referenta ds. turystyki w biurze podróży (26), uznane przez tych absolwentów za częściowo zgodne z przygotowaniem zawodowym, i słusznie, mieści się ono bowiem w ogólnych kwalifikacjach turystycznych. Następne stanowiska pracy to funkcje stewardesy (stewarda) na lotniskach i promach (7), pokojówki w bazie noclegowej, głównie w hotelach (8), pilota wycieczek zagranicznych w biurach podróży (6), specjaliści ds. turystyki w przedsiębiorstwach turystycznych (5) i inne występujące z mniejszą częstotliwością (tab. 11).

Podstawowym stanowiskiem pracy, zgodnym z wyuczonym zawodem dla technika obsługi turystycznej, jest funkcja referenta ds. turystyki w biurach podróży (33). Niewiele mniej osób (27) pracowało w charakterze recepcjonisty w bazie noclegowej. Dalsze funkcje wiążą się już z biurem turystycznym — specjalisty ds. turystyki (18) oraz pilota wycieczek zagranicznych (10). Wszystkie pozostałe stanowiska pracy występujące z mniejszą częstotliwością wymieniono w tabeli 11.

Rozpatrując strukturę **stanowisk pracy niezgodnych z wyuczonym zawodem**, na których byli zatrudniani badani respondenci, daje się wyróżnić 4 stanowiska, na których najczęściej podejmowali pracę absolwenci. Są to:

- funkcja sekretarki, sekretarki-asystentki pełniona głównie w prywatnych firmach i przedstawicielstwach (59). Technicy hotelarstwa najczęściej wykonywali tego rodzaju pracę;
- funkcja sprzedawcy, ekspedienta w różnego rodzaju sklepach, hurtowniach i zakładach (55). Ta praca najczęściej była podejmowana przez techników obsługi turystycznej;

Tabela 11. Stanowiska pracy zgodne z wyuczonym zawodem, na których byli zatrudniani absolwenci szkół hotelarsko-turystycznych, wg ich opinii

Stanowiska pracy zgodne z wyuczonym zawodem	Ogółem	Miejsca pracy																	
		baza noclegowa hotele, motele itd.			biura podróży			lotniska, promy			firmy przewozowe			domy wczasowe			inne		
		R.	t.h.	t.t.	R.	t.h.	t.t.	R.	t.h.	t.t.	R.	t.h.	t.t.	R.	t.h.	t.t.	R.	t.h.	t.t.
recepjonista	164	16	13																
referent ds. turystyki	59				59	26	33												
specjalista ds. turystyki	23				23	5	18												
piloci wycieczek zagranicznych	16				16	6	10												
własna działalność gospodarcza	5	1		1	2		2					1	1	1	1				
kasjer walutowy	7	6	6		1	1													
stewardesa	7							6	6								1	1	
pokojuśka	6	6	6																
obsługa klientów	4							3	3								1	1	

Technicy hotelarstwa byli ponadto zatrudniani na następujących stanowiskach pracy: dysponent (1), menedżer w służbie parterowej (1), kierownik służby pięt (1), akwizytor w biurze podróży (1), kierownik sali restauracyjnej (1), wykwalifikowany pracownik sali restauracyjnej (1), kierownik żywienia (1), prowadzenie własnego pensjonatu (1).

Technicy obsługi turystycznej byli również zatrudniani na następujących stanowiskach pracy: informator turystyczny (3), akwizytor usług turystycznych (3), pełnomocnik ds. turystyki (2), kierownik biura informacji turystycznej (2), kasjer lotniczy (1), telefonista w hotelu (1), przewodnik turystyczny (2), przedstawiciel handlowy w biurze podróży (1), samodzielny asystent menedżera w biurze podróży (1).

Tabela 12. Stanowiska pracy niezgodne z kierunkiem wykształcenia, zajmowane przez techników hotelarstwa, wg ich opinii

Stanowiska pracy niezgodne z wyuczonym zawodem	Razem	Miejsca pracy													
		zakłady gastronomiczne	sklep hurtownia	firma prywatna	firma państwowa	szkoła	urząd administracji państwowej	bank	biuro tv prasa	hotel	biuro usługowe	lotnisko	urząd celny	sądy	inne
sekreterka, asystentka dyrektora	52		2	34	1	1		2	1	1	3	1			
kelnerka, barmanka, bufetowa	42	42													
sprzedawca, ekspedient	26		26												
referent	26		1	5	6		5	4		1	1	1	1	1	2
kierownik(a)	8			3	3			1		1					
kasjerka	8		2	5	2										
nauczyciel(ka)	7					7		6	6						
specjalista ds.: spedycji, handlu, eksportu, ekonomicznych	7			4	2										
opiekunka dzieci	5														5
własna działalność gospodarcza	4														4
właściciel kawiarni	3	3									3				
krupier	3														
handlowiec	3			3											
inspektor	3							2							1
pracownik fizyczny	3														3
agent ubezpieczeniowy	3														3

Ponadto były to stanowiska: pomoc domowa za granicą (2), pracownik w biurze ogłoszeń (2), zastępca kierownika hurtowni (2), dysponent walutowy w banku (1), asystent ds. dochodzeń śledczych (1), laborant (1), tłumacz (1), dyrektor ds. handlowych w prywatnej firmie (1), kierownik ds. sprzedaży w wydawnictwie (1), kucharz (1), w dziale ochrony hotelu (1), celnik (1), modelka (1), reporter (1), osoba ds. marketingu (1), w drukarni (1), instruktor pływania (1), zastępca kierownika działu kontroli księgowości (1).

Tabela 13. Stanowiska pracy niezgodne z kierunkiem wykształcenia, zajmowane przez techników obsługi turystycznej, wg ich opinii

Stanowiska pracy niezgodne z kierunkiem wykształcenia	Razem	Miejsca pracy								
		sklepy, hurtownie	urzędy adm. państw.	firmy pry- watne, przodost.	firmy państw.	bank	szkół	zakłady poligr. — kserogr.	agencje reklam- nowe — ogłoszeń	zakłady gastro- nomiczne
sprzedawca, ekspedient	30	30								
sekretarka, asystentka dyrektora	27			21	5				1	
referent	13		6	2	3	2				
nauczyciel	9			1			8			
handlowiec, pracownik hurtowni	8	5		3						
właściciel	10	6		3				1		
obsługa komputerów, urządzeń kserograficznych	8	1	1	6						8
kelner, barman, bufetowa	8									
dysponent, kontroler, obsługa dewizowa	5		1	1		3				
akwizytor	4			1					3	
księgowy(a)	4			4						
specjalista ds. marketingu	3			1	2					
dziennikarz	3									
menedżer	4			1					3	
inspektor	2		2							
radca	2		2							
hostessa	2									

Poradko były to stanowiska: kierownik kawiarni (1), kierownik biura handlowego (1), własne gospodarstwo rolne (1), pracownik fizyczny (1), bibliotekarka (1), agent celny (1), korektor w gazecie (1), karłow wymiary walut (1), stolarz (1), pokojowa (1), spikier radiowy (1), kierowca (1), clark morski (1), pracownik administracyjny w aptece (1).

- posada kelnera, kelnerki, barmana, bufetowej (50). Tę pracę podejmowali w sposób zdecydowany technicy hotelarstwa;
- zawód referenta w firmach państwowych i prywatnych, urzędach administracji państwowej i bankach (39).

Dalsze zawody to: księgowi, głównie w prywatnych firmach (120, nauczyciele w szkołach, najczęściej w roli lektorów języków obcych (16), właściciele małych jednostek gospodarczych (14). Wykaz wszystkich stanowisk pracy obejmują tabele 12 i 13.

W niniejszym opracowaniu podjęto również próbę pewnego usystematyzowania analizowanego „ruchu” na poszczególnych stanowiskach. Jaki charakter miały te zmiany w ramach fluktuacji zawodowej?

Tabela 14. Charakter zmian stanowisk pracy, na których byli zatrudniani absolwenci szkół hotelarsko-turystycznych, wg ich opinii

Charakter zmian miejsc pracy	Ogółem 216 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 137 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 79 (N=100%)
zmiany następowały w ramach stanowisk związanych z turystyką i hotelarstwem	33,8	40,9	21,5
zmiany następowały w ramach stanowisk zupełnie nie związanych z turystyką i hotelarstwem	29,2	27,00	32,9
pierwsza praca była związana z turystyką, dalsza (dalsze) już nie	25,9	23,4	30,4
pierwsza praca była nie związana z turystyką, dalsza (dalsze) już tak	8,8	6,6	12,7
brak odpowiedzi	2,3	2,1	2,5

Dominują (33,8%) zmiany w ramach stanowisk związanych z turystyką i hotelarstwem. To znaczy na przykład, że osoba zatrudniona na stanowisku recepcjonisty zmieniała tylko miejsce pracy obejmując w nowej formie tę samą funkcję. Również znaczy to, że podjęła pracę w charakterze referenta ds. turystyki w biurze podróży lub otworzyła własny pensjonat. Charakter tego typu zmian zatrudnienia dominował u techników hotelarstwa (40,9%), z prawie dwukrotnie mniejszą częstotliwością występował on u techników obsługi turystycznej (21,5%).

Zanotowano 29,2% zmian w ramach stanowisk pracy zupełnie nie związanych z turystyką i hotelarstwem (wyszczególnione w tabelach 12 i 13). Charakter tych zmian dominował u techników obsługi turystycznej (32,9%).

Następną grupę charakteryzowało „odchodzenie” z branży turystycznej. Pierwszą pracą zawodową absolwenci podejmowali zgodnie z wyuczonym zawodem, natomiast zmiana lub dalsze zmiany następowały już w ramach stanowisk nie związanych z branżą turystyczną. Jej wielkość jest spora, stanowi jedną czwartą wszelkich dokonujących się „ruchów zawodowych”. Zjawisko jest niepokojące. Dotyczy ono w większym stopniu techników obsługi turystycznej.

W ostatniej grupie obserwujemy zmiany polegające na powrocie na stanowiska zgodne z wyuczonym zawodem. Niestety ta grupa jest prawie trzykrotnie mniejsza od opisanej wyżej (8,8%), czyli pierwsza praca nie była związana z turystyką, dalsza lub dalsze tak.

Aktualna praca zawodowa absolwentów oraz stopień zadowolenia z jej wykonywania

Jak kształtuje się sytuacja zawodowa badanej zbiorowości po fluktuacji, różnych zmianach, przyjazdach z zagranicy, niedostaniu się na wyższe studia, odbyciu służby wojskowej itd. — słowem jak wygląda aktualna (w momencie wypełniania ankiety, maj-czerwiec 1994) sytuacja absolwentów?

Dane na ten temat zawarto w tabelach 15 i 16.

Tabela 15. Aktualna sytuacja zawodowa absolwentów wg ich opinii

Absolwent aktualnie	Ogółem 728 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 458 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 270 (N=100%)
pracuje zgodnie lub częściowo zgodnie z kierunkiem wykształcenia	21,6	25,5	14,8
pracuje niezgodnie z kierunkiem wykształcenia	22,9	21,4	25,6
studiuje	22,7	23,1	21,9
już nie pracuje (wojsko, urlop wychowawczy, został bezrobotnym)	5,5	5,9	4,8
pracuje niezgodnie z kierunkiem wykształcenia i studiuje zaocznie	5,8	5,2	6,7
pracuje zgodnie z kierunkiem wykształcenia i studiuje zaocznie	5,5	5,5	5,6
przestał pracować i podjął studia	2,6	2,00	3,7
nadal nie pracuje, ani nie podjął dalszej nauki	13,3	11,1	17,00
brak odpowiedzi	0,1	0,2	—

Największy odsetek absolwentów (28,7%) pracuje niezgodnie z wyuczonym zawodem, z tego 5,8% podjęło studia zaoczne. W większości są to technicy obsługi turystycznej (32,3%), dalej technicy hotelarstwa po policealnych szkołach zawodowych (28,2%).

Zgodnie z wyuczonym zawodem pracuje 27,6% respondentów, w tym 5,5% kształci się dalej na wyższych uczelniach w trybie studiów zaocznych. Sytuacja ta dominuje u techników hotelarstwa, szczególnie po ukończonych policealnych szkołach zawodowych (32,9%).

Ogółem 36,6% badanej zbiorowości podjęła wyższe studia zarówno dzienne, jak i zaoczne. Dominują technicy hotelarstwa po 5-letnich technikach hotelarskich (37,4%), dalej technicy obsługi turystycznej (34,2%).

Więcej niż co czwarty absolwent studiuje na wyższej uczelni w trybie dziennego nauczania. Dotyczy to obu zawodów, ale wśród techników hotelarstwa sytuacja ta częściej ma miejsce u osób po technikach niż po policealnych szkołach (odpowiednio: 28,2% i 19,0%).

Tabela 16. Aktualna sytuacja zawodowa techników hotelarstwa, wg ich opinii

Technicy hotelarstwa	Ogółem technicy hotelarstwa 458 (N=100%)	Rodzaj Szkoły	
		po technikum hotelarstwa 206 (N=100%)	po policealnej szkole zawodowej 252 (N=100%)
pracuje zgodnie lub częściowo zgodnie z kierunkiem wykształcenia	25,5	24,7	26,2
pracuje niezgodnie z kierunkiem wykształcenia	21,4	19,4	23,00
studują	23,1	28,2	19,00
już nie pracują (wojsko, urlop wychowawczy, utrata pracy)	5,9	4,4	7,1
pracuje niezgodnie z kierunkiem wykształcenia i studiuje zaocznie	5,2	5,3	5,2
pracuje zgodnie z kierunkiem wykształcenia i studiuje zaocznie	5,5	3,9	6,7
przestał pracować i podjął studia	2,00	2,9	1,2
nadal nie pracuje, ani nie podjął dalszej nauki	11,1	10,7	11,6
brak odpowiedzi	0,2	0,5	—

Co ósmy absolwent od momentu ukończenia szkoły nadal nie pracuje ani nie podjął dalszej nauki. W sytuacji takiej jest co dziesiąty technik hotelarstwa, ale już co szósty technik obsługi turystycznej.

W jakim stopniu badana zbiorowość jest zadowolona z aktualnie wykonywanej pracy? Całkowicie zadowolonych ze swojej aktualnie wykonywanej pracy zawodowej, **zgodnej z kierunkiem wykształcenia specjalistycznego**, jest 40,6% absolwentów. „Częściowo” zadowolona jest połowa wszystkich respondentów. Bardziej usatysfakcjonował swoją pracą są technicy obsługi turystycznej.

W ankiecie poproszono również absolwentów o uzasadnienie swojej opinii. Poniżej przedstawiono pozytywne cechy aktualnie wykonywanej pracy, zgodnej z wyuczonym kierunkiem specjalistycznego przygotowania zawodowego (podane w kolejności malejącego nasilenia):

- ciekawa i urozmaicona praca (32),
- praca, która umożliwia stały kontakt z ludźmi — klientem, gościem (27),
- praca zgodna z profilem wykształcenia i wykonywanie tego co się lubi (22),
- ceni się tę pracę, ponieważ jest zgodna z wyuczonym zawodem (18),
- jest dobrze płatna (14),
- wykonuje pracę zgodną z przygotowaniem specjalistycznym, a także jest możliwość nauki języków obcych (12),

- panują dobre stosunki międzyludzkie (11),
- samodzielność w wykonywaniu czynności zawodowych (5),
- inne (5).

Tabela 17. Stopień zadowolenia z aktualnie wykonywanej pracy zgodnej z kierunkiem wykształcenia zawodowego, wg opinii absolwentów

Czy jest Pan(i) zadowolony(a) z aktualnie wykonywanej pracy zgodnej z kierunkiem wykształcenia zawodowego?	Ogółem 197 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 142 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 55 (N=100%)
tak, całkowicie	40,6	37,4	49,1
tylko częściowo	51,8	57,00	38,2
jestem niezadowolony	5,1	4,9	5,5
brak odpowiedzi	2,5	0,7	7,2

Do negatywnych cech swojej pracy zawodowej, zgodnej z kierunkiem kształcenia zaliczają następujące czynniki (podane w kolejności ich malejącego nasilenia):

- niskie zarobki (37),
- wykonywanie funkcji zawodowych nie pozwalających na rozwijanie i poszerzanie umiejętności zawodowych (30),
- poczucie wykorzystania, wykonywanie wielu obowiązkowych i fachowych czynności zawodowych za niskie wynagrodzenie, w przeciwieństwie do innych osób pracujących w danej firmie (17),
- nieodpowiedni system pracy; narzekają technicy hotelarstwa zatrudnieni na stanowiskach recepcjonistów, gdzie pracuje się całą dobę (17),
- niezgodność pracy z własnymi zainteresowaniami (8),
- podjęta praca jest wykonywana w trybie umowy — zlecenia; absolwenci chcieliby uzyskać pracę na pełnym etacie (5),
- zły, trudny dojazd do obecnej pracy (2).

Tabela 18. Stopień zadowolenia z aktualnie wykonywanej pracy zawodowej niezgodnej z kierunkiem wykształcenia zawodowego, wg opinii absolwentów

Czy jest Pan(i) zadowolony(a) z aktualnie wykonywanej pracy niezgodnej z kierunkiem wykształcenia zawodowego?	Ogółem 209 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 122 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 87 (N=100%)
tak, całkowicie	30,6	29,5	31,00
tylko częściowo	55,00	54,1	56,4
jestem niezadowolony	13,4	15,6	10,3
brak odpowiedzi	1,4	0,8	2,3

Prawie co trzeci absolwent, który podjął taką pracę jest z niej całkowicie zadowolony. Częściowo zadowolonych jest połowa — tak więc są plusy i minusy tego rodzaju wykonywanych czynności, przypomnijmy niezgodnych z kierunkiem wykształcenia specjalistycznego. Co ósmy respondent jest z nich zdecydowanie niezadowolony.

Według opinii absolwentów pozytywne cechy wykonywanej pracy niezgodnej z przygotowaniem zawodowym, są następujące (podane w kolejności ich malejącego nasilenia):

- dobre zarobki (41),
- niezależność i samodzielność w wykonywaniu czynności zawodowych oraz satysfakcja z ich wykonywania (37),
- sam fakt posiadania pracy (24),
- praca umożliwiająca kontakt z ludźmi — klientem, gościem (20),
- pomimo obowiązków zawodowych, umożliwienie dokończenia, uczęszczania na studia zaoczne (19). Nie wszyscy pracodawcy wyrażają na to zgodę. Wiąże się to z niewielkimi, ale okresowymi zwolnieniami z pracy,
- dobre stosunki międzyludzkie (13),
- perspektywy awansu zawodowego (8).

Do negatywnych cech swojej pracy zawodowej niezgodnej z kierunkiem kształcenia, zaliczają respondenci elementy (podane w kolejności ich malejącego nasilenia):

- fakt pracy niezgodnej z przygotowaniem zawodowym (87) — zdecydowanie podstawowy mankament,
- wykonywanie pracy nie dającej satysfakcji (34),
- niskie zarobki (14),
- poczucie, iż praca ta jest bardzo ciężka, wyczerpująca, pochłaniająca nawet czas wolny (8),
- uciążliwy system pracy, 10—9 godzin dziennie (4),
- złe stosunki międzyludzkie (4),
- trudności w wykonywaniu pracy (1),
- aby zawód ten wykonywać, potrzeba jest nieustanna nauka (1).

Absolwenci w swojej pracy przede wszystkim cenią jej zgodność z wyuczonym zawodem, także pracę ciekawą, nie monotonna, stwarzającą perspektywy zawodowe, dającą poczucie satysfakcji, opierającą się głównie na kontaktach ludzkich (z gościem, klientem). Niezadowoleni zaś są najbardziej z niskich zarobków oraz z wykonywania takiej pracy, która nie rozwija, nie poszerza i nie kształci dalej już posiadanych umiejętności zawodowych oraz nie daje poczucia satysfakcji z jej wykonywania.

Perspektywy zmiany miejsca pracy

Jak wygląda perspektywa fluktuacji badanej zbiorowości w kontekście powyższych stwierdzeń i opinii? Przypomnijmy, że przeszło połowa absolwentów zatrudnionych zgodnie z kierunkiem przygotowania zawodowego, nie jest całkowicie zadowolona z wykonywanych czynności zawodowych (55,9%). Odsetek

jest jeszcze większy (68,4%) u osób zatrudnionych niezgodnie ze swoim wyuczonym kierunkiem specjalistycznym. Można powiedzieć, że są to potencjalne wielkości do podjęcia decyzji zmiany miejsca pracy, a nie równoznaczne — na szczęście — jak wykazują dane. Zdecydowany do zmiany miejsca pracy jest co trzeci zatrudniony absolwent. Jeśli do tego dołączymy wahających się, to wielkość zbliża się do połowy pracującej badanej zbiorowości (44,3%) — a to jest już sporo. Sytuacja ta dotyczy obu analizowanych zawodów.

Jakie przyczyny skłaniają ich do podjęcia takiej decyzji? 180 osób badanej zbiorowości, która ma zamiar zmienić miejsce pracy podało w sumie 429 (N=100%) powodów, dla których chcieliby to uczynić. Oto one:

- 38,1% przyczyn ewentualnej zmiany miejsca zatrudnienia łączy się z otrzymaniem awansu zawodowego: przede wszystkim ciekawszej i bardziej samodzielnej pracy oraz wyższego stanowiska. Sytuacja ta dotyczy obu rozpatrywanych zawodów,
- 23,5% to chęć otrzymania wyższych wynagrodzeń za pracę. Wskazywał na ten element co czwarty technik hotelarstwa (25,8%) oraz co piąty technik obsługi turystycznej (19,8%),
- 21,4% chciałoby powrócić do pracy zgodnej z kierunkiem wyuczonego zawodu. Dominują tutaj technicy obsługi turystycznej,
- 7,2% zmieniliby miejsce pracy z powodu złych stosunków międzyludzkich. Fakt ten dotyczy obu zawodów,
- 4,2% to względy rodzinne,
- 4,1% inne przyczyny (np. zamiar założenia własnej firmy, trudności z dojazdem do miejsca pracy, zbyt duża uciążliwość wykonywanych czynności zawodowych).

Tabela 19. Zamiar zmiany miejsca pracy przez absolwentów, wg ich deklaracji

Czy zamierza Pan(i) zmienić w najbliższym okresie czasu miejsce pracy?	Ogółem 406 (N=100%)	Zawód	
		technik hotelarstwa 264 (N=100%)	technik obsługi turystycznej 142 (N=100%)
tak, mam zamiar	35,7	38,6	30,3
nie, nie mam zamiaru	55,2	53,8	57,7
chyba tak	8,6	7,2	11,3
brak odpowiedzi	0,5	0,4	0,7

Tak więc główne powody zamiaru zmiany miejsca zatrudnienia pokrywają się z przyczynami dotychczasowej fluktuacji badanej zbiorowości oraz z przyczynami niezadowolenia z aktualnie wykonywanej pracy zawodowej.

Wnioski

Badania nad losami zawodowymi absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych mieszczą się w problematyce związanej z próbami określenia efektów kształcenia kadr dla potrzeb turystyki. Zakłada się bowiem, że jednym

z podstawowych układów odniesienia skuteczności pracy szkół zawodowych jest sprawdzenie się absolwentów w pracy i w życiu. Tego typu badania określają także liczebną sprawność kształcenia szkół i mówią o faktycznym dopływie profesjonalnie przygotowanych kadr do pracy w turystyce.

Głównymi motywami wyboru zawodu przez analizowaną zbiorowość były przeświadczenie o atrakcyjności pracy w turystyce (66,2%) oraz własne zainteresowania (60%). Można motywy te uznać za pozytywne, przemyślane, w przeciwieństwie do niepożądanych cech „losowej” przypadkowości, która była niska (9,9%).

Zdecydowanie najpoważniejszą przyczyną braku całkowitego zadowolenia z dokonanego wyboru zawodu są problemy ze znalezieniem pracy w wyuczonym zawodzie, jeśli do tego dodamy oferowane bardzo niskie wynagrodzenie oraz fakt, że wiedza i umiejętności zdobyte w szkole nie do końca odpowiadają wymaganiom stawianym przez rynek pracy — to trudno się dziwić pewnemu niezadowoleniu i frustracji. Dotyczy to obydwu analizowanych zawodów.

Zaraz po ukończeniu edukacji 62% badanej społeczności rozpoczęło pracę zawodową, z tego połowa zgodnie z przygotowaniem zawodowym — przede wszystkim dzięki własnym poszukiwaniom, bez pomocy instytucji i znajomych. Nie podjęło zatrudnienia 38% respondentów, z tego więcej niż połowa z powodu rozpoczęcia nauki na wyższych studiach, dalej — wyjazdu za granicę w celach zarobkowych i nauki języków obcych.

Połowa absolwentów twierdzi, że trudno jest znaleźć pracę w turystyce i hotelarstwie; 43% — że po pewnym szukaniu i oczekiwaniu; w chwili przeprowadzania badań co ósma osoba była zarejestrowana jako bezrobotna.

Sporo absolwentów tych co pracowali w turystyce, jak również na podstawie swoich doświadczeń z praktyk zawodowych i obserwacji twierdzi, że w branży tej zatrudnionych jest dużo osób nie mających przygotowania specjalistycznego, co obniża jakość świadczonych usług hotelarsko-turystycznych. Wydawałoby się więc, że ich kwalifikacje powinny być zatem należycie ocenione i docenione. Rzeczywistość wygląda jednak inaczej.

Analiza dynamiki ruchliwości zawodowej absolwentów wykazała, że połowa badanych zmieniała miejsca pracy od momentu ukończenia szkoły i podjęcia pracy zawodowej. Wykazały one również, że pierwszoplanowymi działaniami w celu zapobiegania nadmiernej fluktuacji kadry turystycznej powinno być podniesienie jej płac. Praca zgodna z wyuczonym kierunkiem kształcenia specjalistycznego, ciekawa, samodzielna, bardziej odpowiedzialna — to również czynniki warunkujące stabilizację zawodową.

Podstawowym stanowiskiem pracy technika hotelarstwa, zgodnym z wyuczonym zawodem, jest funkcja recepcjonisty w bazie noclegowej. Zaraz potem, lecz jednak z 5-krotnie mniejszą częstotliwością od poprzedniej jest stanowisko pracy referenta d/s turystyki w biurze podróży. Podstawowym stanowiskiem

pracy zgodnym z kwalifikacjami dla technika obsługi turystycznej jest funkcja referenta d/s turystyki w biurze podróży, także recepcjonisty i specjaliści d/s turystyki. Głównymi stanowiskami pracy, niezgodnymi z wyuczonym zawodem, dla obu badanych grup są: funkcja sekretarki, sekretarki-asystentki pełniona przede wszystkim w prywatnych firmach i przedstawicielstwach, dalej sprzedawca, ekspedient, kelner, kelnerka, barman/bufetowy.

Badania wykazały, że absolwenci szkół hotelarsko-turystycznych najbardziej cenia w swej pracy jej zgodność z wyuczonym zawodem, także wykonywanie pracy ciekawej, nie monotonnej, stwarzającej perspektywę zawodową, dającej poczucie satysfakcji, opierającej się głównie na kontaktach ludzkich (z gościem, klientem). Niezadowoleni są zaś z niskich zarobków oraz wykonywania takiej pracy, która nie rozwija, nie poszerza i nie kształci dalej już posiadanych umiejętności zawodowych oraz nie daje poczucia satysfakcji z jej wykonywania.

Tourist and Hotel Colleges Graduates Careers in Poland Between 1991 and 1993

The paper presents results of nationwide research concerning the tourist and hotel colleges graduates careers.

The author focuses on the following issues:

- What were the reasons of choosing the career
- Do the graduates find satisfaction in their job
- What are the employment opportunities — description of labour market
- What is the first job the graduates take
- Do they have any operational problems at work
- What are the reasons they leave the first job — level of staff fluctuation
- Description of the whole life career
- What is their position at present, are they satisfied with their job and position
- What are the perspectives in their career.

ANALIZA CZYNNIKÓW DETERMINUJĄCYCH EFEKTY KSZTAŁCENIA STUDENTÓW AWF NA KIERUNKU TURYSTYKA

Paweł Różycki *

Zakres i cel prowadzonych badań

Przedmiot badań stanowiła zbiorowość studentów pierwszego roku kierunku turystyka AWF w Krakowie, przyjętych na studia w roku akademickim 1992/93.

Głównym celem było wykazanie związków pomiędzy wybranymi cechami określonymi przy egzaminie wstępnym a osiągniętymi wynikami kształcenia na pierwszym roku studiów. Następnie na podstawie uzyskanych wyników dokonano próby wykazania zalet i wad istniejącego systemu naboru oraz zasugerowano pewne zmiany w systemie kwalifikowania kandydatów na pierwszy rok studiów.

Efektywność studiowania i możliwie najlepsze wykształcenie studenta zależą od szeregu czynników. Do badań zostały wytypowane niektóre z nich, mające istotny wpływ na efekty studiowania. Następnie poddano je korelacji z rezultatami w nauce osiąganymi przez studentów po pierwszym roku. W badaniach wyeksponowano głównie związki efektywności studiowania z rezultatami uzyskanymi na egzaminach wstępnych i czynnikami, które ukształtowały przyszłego studenta.

Niezmiernie ważną rolę odgrywają program i tok studiów. Są one jednak osobnym problemem, który wymaga także dogłębnych badań. Zanalizowane zależności czynników determinujących efekty kształcenia koncentrują się w pracy przede wszystkim na relacji „egzaminy wstępne — studia”. Badania dały odpowiedź na postawione poniżej pytania:

— jaki wpływ ma wielkość miejscowości, z której pochodzi kandydat na późniejsze wyniki kształcenia?

* Instytut Turystyki AWF, Kraków, Al. Jana Pawła II 78.

- jaka jest zależność między średnią ocen na świadectwie maturalnym a efektami kształcenia?
- jakie efekty i postępy w studiach osiągają wolni słuchacze?
- jaka jest zależność między wynikami uzyskanymi na egzaminie wstępnym z języka obcego i z geografii a wynikami kształcenia na pierwszym roku?

Kolejne pytanie badawcze dotyczy zależności między średnią ocen po pierwszym roku nauki a sumą punktów uzyskanych na egzaminie wstępnym.

Wszystkie te pytania i odpowiedzi uzyskane po przeprowadzeniu badań pozwalają zweryfikować aktualny system kwalifikowania kandydatów na studia turystyczne.

W badaniach wykorzystano głównie dwie techniki badawcze. Pierwszą z nich jest analiza zależności dwóch zmiennych w tym wypadku wytypowanych cech za pomocą współczynnika korelacji liniowej. Używa się go często do mierzenia stopnia ścisłości związku korelacyjnego. Współczynnik korelacji jest to średnia geometryczna dwóch współczynników regresji. Przyjmuje on wartości z przedziału $[-1; 1]$. Można go przedstawić wzorem:

$$r_{yx} = \frac{\sum_{i=1} (y_i - \bar{y})(x_i - \bar{x})}{\sqrt{\sum_{i=1} (y_i - \bar{y})^2 \sum_{i=1} (x_i - \bar{x})^2}}$$

Jeśli współczynnik wynosi zero, to korelacja pomiędzy zmiennymi nie zachodzi.

Przy obliczaniu współczynnika korelacji brano pod uwagę wszystkich studentów pierwszego roku. W przypadku ankiety wybrano reprezentatywną grupę studentów tegoż roku. Przebadano 55% zbiorowości.

Ankieta została skonstruowana w ten sposób, aby pokazać jak i na ile zmieniły się wyobrażenia studentów o przyszłej pracy po I roku studiów. Przy analizie materiałów ankietowych należy zachować jednak pewną ostrożność. Wyciągnięcie zbyt pochopnych wniosków i uogólnień może być poniekąd mylące. Dzieje się tak, ponieważ pytania, które zawiera ankieta nie mają charakteru liczbowego. W związku z tym trzeba się ograniczyć do charakterystyki jakościowej i opisowej, eksponując zaobserwowane tendencje.

Rezultaty przeprowadzonych badań Omówienie korelacji poszczególnych czynników z wynikami kształcenia

Pierwszym z badanych czynników mających wpływ na rezultaty kształcenia jest wielkość miejscowości, z której pochodzi kandydat. W ramach tego czynnika mieści się również poziom nauczania. Przyjmuje się ogólnie, iż jest on wyższy w szkołach znajdujących się w dużych ośrodkach miejskich, w miastach wojewódzkich i wielkich ośrodkach naukowych.

Badanie tego problemu miało na celu uzyskanie informacji: w jaki sposób miejscowość, z której pochodzi kandydat może mieć wpływ na przygotowanie go do studiów i jakie wyniki będzie on w przyszłości uzyskiwał. W dotychczasowych kryteriach naboru ten problem pomijano. W żaden sposób nie preferowano kandydatów ani z ośrodków mniejszych, ani tych z wielkich miast.

Dokonując grupowania miast z pięciu kategorii wyróżniono Kraków jako odrębną jednostkę. Pozostałe miasta pogrupowano w zależności od liczby mieszkańców.

Rezultat przeprowadzonego badania jest bardzo interesujący, mianowicie korelacja pomiędzy tymi dwiema cechami właściwie nie istnieje.

Na podstawie uzyskanych danych należy stwierdzić, że dla grupy badanych studentów wielkość miejscowości, z której pochodzi kandydat, miejsca, gdzie pobierał naukę, przygotowywał się do studiów nie ma żadnego wpływu na uzyskiwane później efekty kształcenia. W tym przypadku nie można mówić nawet o korelacji niewyraźnej, gdyż wartość współczynnika korelacji jest bardzo bliska zera.

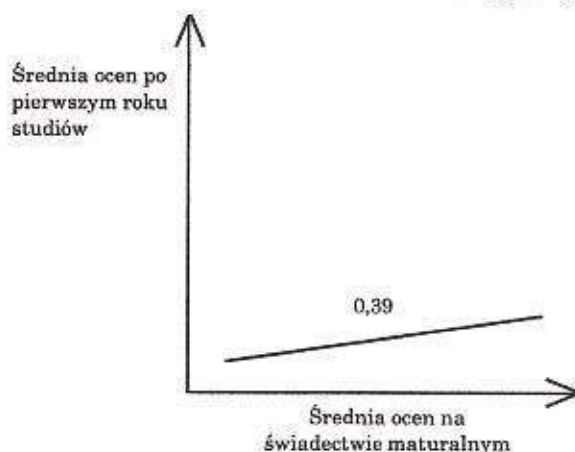


Ryc. 1.

Kolejnym badanym zagadnieniem jest związek korelacyjny pomiędzy średnią ocen na świadectwie maturalnym a wynikami kształcenia po pierwszym roku. Ta kwestia jest niezmiernie ważna i odgrywa dużą rolę przy doborze kandydatów na studia, nie tylko na studia turystyczne, chociaż tu preferowanie potencjalnych studentów o rozległej, nieprzeciętnej wiedzy może mieć większe niż gdzie indziej znaczenie.

Trzeba zauważyć, że wynik badań jest zgodny z oczekiwaniami. Współczynnik korelacji liniowej dla tych dwóch cech wynosi 0,39. Jest to więc korelacja określana przez statystyków jako korelacja średnia, zawiera się bowiem w przedziale $0,5 > r > 0,3$.

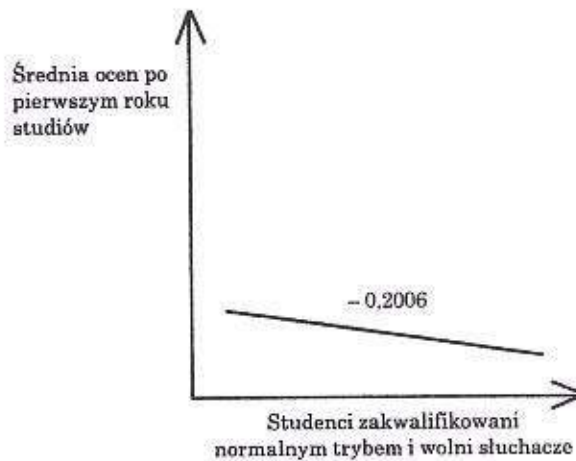
Na podstawie tej korelacji wyraźnie widać, że im wyższa średnia ocen na świadectwie maturalnym, tym lepsze wyniki w nauce osiąga student w trakcie kształcenia podczas dwóch pierwszych semestrów. W tym miejscu trzeba też podkreślić, że z maksymalnej liczby 30 punktów jakie można było otrzymać za świadectwo maturalne średnia dla wszystkich studentów przyjętych wynosi około 10 punktów. Można oczywiście spekulować czy to dużo, czy mało, ale w stosunku do uzyskiwanych punktów z egzaminów teoretycznych jest to liczba niezbyt wysoka i taka, która nie wpływa w sposób decydujący na zakwalifikowanie kandydata. Może to być też związane z nie najwyższą średnią ocen kandydatów. Mowa tu oczywiście o kandydatach, którzy zostali zakwalifikowani na studia. Średnia ich ocen ze świadectw maturalnych wynosi 4,057.



Ryc. 2.

Trzecim badanym problemem było ustalenie czy istnieje związek między wynikami w nauce na pierwszym roku a tym, czy student został zakwalifikowany w normalnym trybie, czy też został przyjęty jako wolny słuchacz. Chodziło tu o wykazanie celowości takiego typu naboru kandydatów na studia i w przyszłości do pracy w turystyce. Wynik badań mógł być przewidywalny. Mimo to, że korelacja jest w granicach określanych jako niewyraźna ($-0,5 < r < -0,2$), jest to jednak korelacja ujemna, świadcząca o tym, że wolni słuchacze uzyskują gorsze wyniki w nauce od studentów zakwalifikowanych na podstawie najlepiej zdanego egzaminu. Współczynnik korelacji dla tych dwóch wielkości wynosi $-0,2005$.

Związek z efektami kształcenia mają także oceny i punkty uzyskane na egzaminie wstępnym z przedmiotów obligatoryjnych. Na kierunku turystyka są to język obcy i geografia. Zauważa się różnicę między pomiarem zakresu wiadomości i umiejętności, dokonany w trakcie egzaminu wstępnego, a danymi uzyskanymi przez sprawdzenie tych cech na maturze. Różnica ta polega

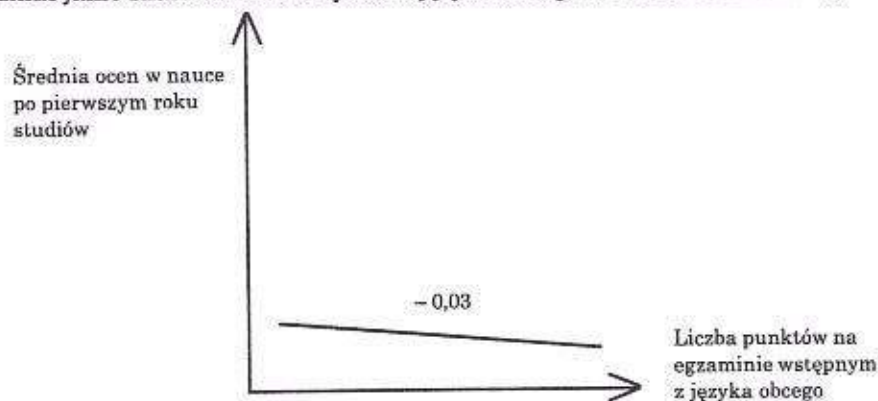


Ryc. 3.

przede wszystkim na poziomie i zasobie wymaganej wiedzy, na możliwości unifikacji wymagań stawianych w stosunku do wszystkich kandydatów. Bezpośredni udział egzaminu wstępnego w podnoszeniu efektywności społecznej studiów polega głównie na tym, że mierzy się umiejętności wejściowe, to znaczy takie, których posiadanie jest ważne dla zrealizowania celów kształcenia.

„Efektywność społeczną rozumiemy jako stopień wykorzystania przez system edukacyjny zasobów społecznych w postaci dyspozycji intelektualnych członków społeczeństwa. Stąd między innymi system edukacyjny będzie optymalny, jeżeli możliwie duża liczba młodzieży będzie pełniła funkcje zawodowe i społeczne na poziomie odpowiadającym jej możliwościom intelektualnym”¹.

Przechodząc do omówienia kolejnej korelacji nie trzeba chyba specjalnie udowadniać jakie znaczenie ma znajomość języka obcego w szeroko rozumianej obsłu-



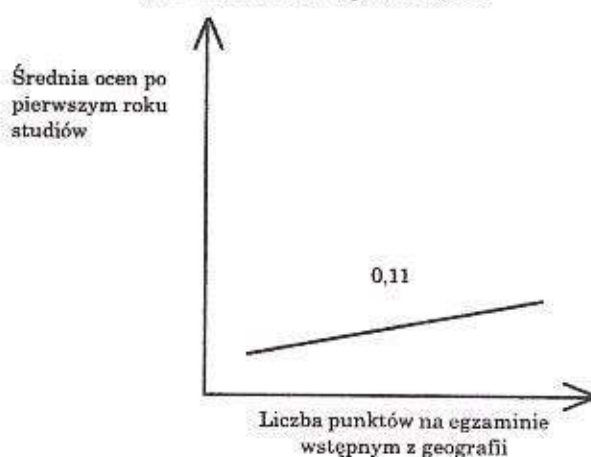
Ryc. 4.

¹ K. Ciekotowa, R. Jasiński, *Rekrutacja i kwalifikowanie na studia a efektywność systemu edukacyjnego*. Warszawa-Łódź 1990.

dze ruchu turystycznego. Jeden z czterech języków obcych jest obligatoryjny na egzaminie wstępnym, dlatego też interesujący jest jego stopień korelacji z osiąganymi później efektami w nauce. Analiza matematyczna wykazuje, że właściwie nie występuje związek między tymi dwiema cechami. Wynik jest bliski zera.

Na podstawie tej wartości można wysunąć tezę, że wyniki uzyskane z języka obcego na egzaminie wstępnym nie mają żadnego wpływu na osiągnięcia w toku studiów rezultaty. Jest to w pewnym sensie sprawa niezależna, ale tak ważna w turystyce, że pominięcie egzaminu z języka obcego w czasie naboru na studia jest niewyobrażalne.

W przeciwieństwie do języka obcego, będącego odrębną dziedziną w programie kształcenia, geografia wiąże się z wieloma innymi zagadnieniami, które są przedmiotem studiów w ramach innych dyscyplin. Widać to też na podstawie korelacji liczby punktów uzyskanych na egzaminie wstępnym z geografii, ze średnią ocen po pierwszym roku studiów. Współczynnik korelacji dla tych dwóch badanych zależności wynosi 0,11.



Ryc. 5.

Dodatnią korelację, chociaż niewielką (niewyraźną), można tłumaczyć kontynuacją przedmiotu lub innych pochodnych dyscyplin mających pewien związek merytoryczny z geografiami.

Kolejną, ostatnią badaną zależnością za pomocą współczynnika korelacji liniowej jest związek pomiędzy wynikami w nauce a liczbą punktów uzyskanych na egzaminie wstępnym przez każdego ze studentów. Wynik 0,29 jest niemal na granicy korelacji średniej i niewyraźnej. Na jego podstawie można stwierdzić, że suma punktów za egzamin wstępny z przedmiotów kierunkowych oraz punktów dodatkowych jest pewnym prognostykiem wyników kształcenia. Wartość współczynnika mogłaby być jednak jeszcze wyższa, gdyby możliwe było wprowadzenie pewnych korekt w systemie naboru.



Ryc. 6.

Efekty kształcenia zależą także od przemyślanej decyzji wyboru kierunku studiów i związanej z tym wyborem przyszłej pracy zawodowej. Dla uzyskania orientacji wyżej wymienionych zagadnień przeprowadzono badania ankietowe, którymi objęto ponad połowę zbiorowości studentów I roku (55%).

Do studentów skierowano trzy pytania, które zostały poniżej omówione łącznie z uzyskanymi na nie odpowiedziami.

Pierwsze pytanie dotyczyło preferowanych przez kandydatów alternatyw dla wybranego kierunku studiów przed przystąpieniem do rekrutacji. Pytanie to brzmiało następująco:

1. Czy przed wyborem kierunku studiów brałeś pod uwagę także inne uczelnie i kierunki studiów? Jeżeli tak, to jakie?

Wśród ankietowanych studentów 19% odpowiedziało zdecydowanie — nie, a więc były to osoby, które swoją przyszłość „widziały” właśnie w turystyce. Wskazuje to również na silną motywację przy podejściu do rekrutacji i egzaminów wstępnych. Spora część studentów myślała również o kierunkach pokrewnych, np. geografii. Były też odpowiedzi sugerujące chęć studiowania w Akademii Medycznej lub ASP.

Następne dwa pytania dotyczyły wykonywanej pracy po ukończeniu studiów. Pierwsze z tych pytań brzmiało:

2. Czy przy wyborze tego kierunku studiów byłeś nastawiony na konkretną pracę w turystyce po ukończeniu studiów?

Założeniem było uzyskanie odpowiedzi w jakim sektorze i jakiej specjalności chciałby kandydat pracować. Tylko 33,3% miało sprecyzowaną wizję swojej pracy. 38% zupełnie nie wiedziało co będzie robić w przyszłości, a 28% osób było niezdecydowanych.

Trzecie pytanie skierowane do respondentów brzmiało następująco:

3. Jaką pracę chciałbyś wykonywać po ukończeniu studiów?

Pytanie to zadano studentom po zakończeniu pierwszego roku nauki. W turystyce chciałoby pracować 52,4% badanych, być może w turystyce — 14,2%. Zdecydowanie wybrałoby pracę poza turystyką 9,5% respondentów. Niezdecydowanych było 23,8%. Wyniki te pokazują jak zmieniają się zainteresowania i preferencje studentów w przeciągu jednego roku kształcenia.

Niewątpliwie, czynników determinujących efekty kształcenia jest bardzo wiele. Nie sposób wszystkie z nich omówić i zanalizować. Skoncentrowanie się w badaniach na grupie elementów wchodzących w skład procesu kwalifikowania nie tylko pozwala określić prognozy efektywności kształcenia, ale także skłania do pewnych modyfikacji w systemie naboru.

Najważniejszą kwestią w trakcie edukacji na poziomie wyższym jest optymalne przygotowanie absolwenta do wykonywanej w przyszłości pracy. Trzeba podkreślić także związek etapu kwalifikacji na studia z relacją „uczelnia — praca zawodowa”. Już bowiem w momencie kwalifikacji kandydata na dany kierunek studiów musi on spełniać pewne warunki konieczne w przyszłej pracy. Kandydat powinien posiadać określone predyspozycje. Wszystkich umiejętności nie nabędzie w trakcie studiów. Szczególnie ważne jest to w pracy z ludźmi, a więc także w obsłudze klienta i w całym przemyśle turystycznym.

Studia turystyczne od wielu już lat cieszą się dużym zainteresowaniem absolwentów szkół średnich. Znaczna liczba kandydatów oraz limit przyjęć na uczelnię zmuszają do utrzymania egzaminów wstępnych na kierunek turystyka. Zadaniem tych egzaminów, na powyższy kierunek, gdzie liczba kandydatów wielokrotnie przekracza liczbę wolnych miejsc, jest wyselekcjonowanie najlepszych kandydatów rokujących w przyszłości nadzieje na dobre wyniki w nauce.

Poznanie predyspozycji zawodowych kandydatów na studia stwarza konieczność wprowadzenia jako jednego z kryteriów naboru rozmowy kwalifikacyjnej. Problemem może pozostać jednak duża liczba kandydatów, skład komisji oraz odpowiednio przygotowane pytania. Taka metoda naboru może być też okazją do udzielenia pewnych wskazówek dla przyszłych studentów. Rozmowa kwalifikacyjna z założenia może mieć dużą wartość jako źródło informacji dla nauczycieli akademickich, którzy mają okazję poznać kandydata w innym świetle, nie tylko na podstawie zwykłej liczby punktów uzyskanych na egzaminie wstępnym.

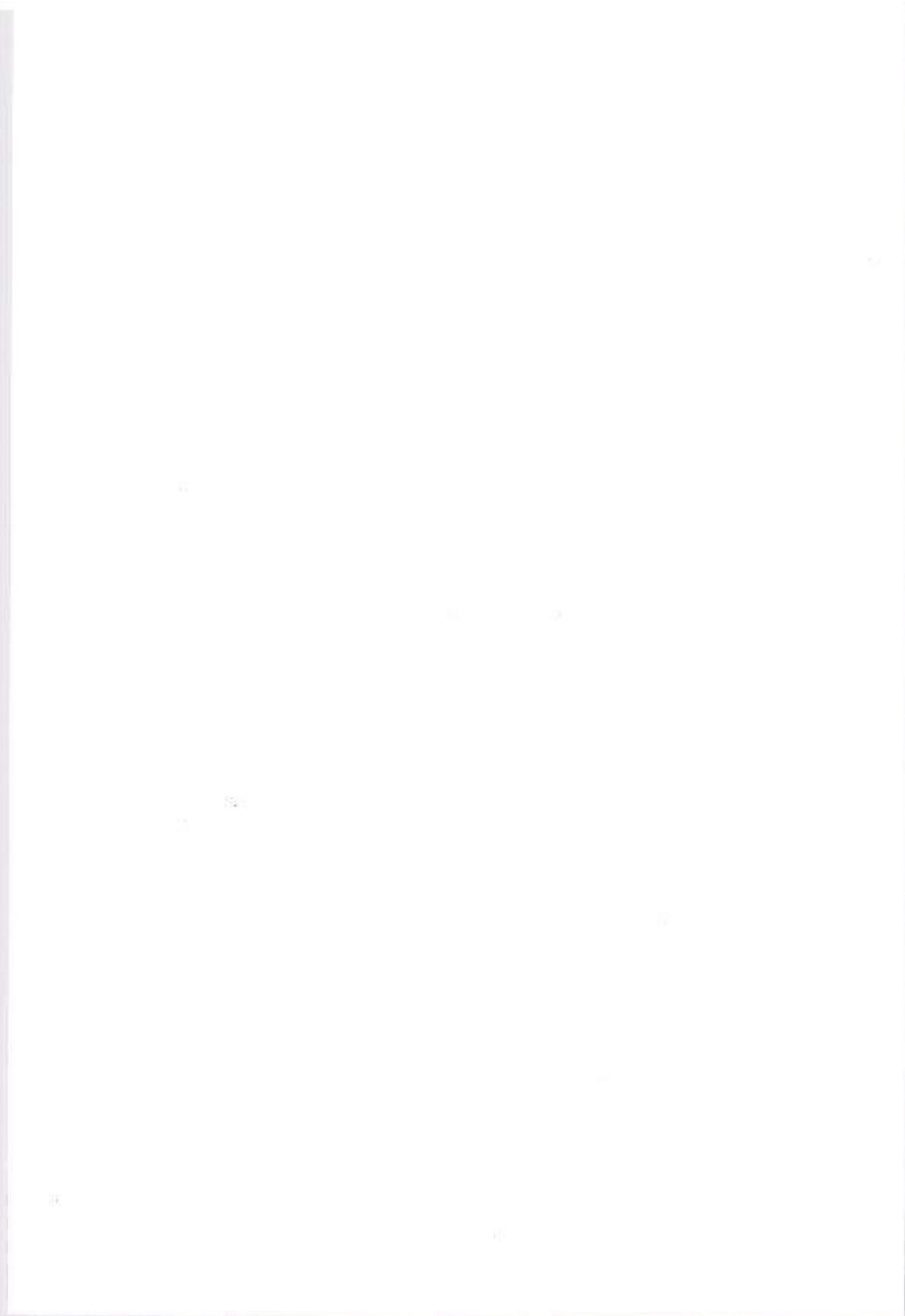
Analysis of Factor Determining Results of Education at the Faculty of Tourism at the Academy of Physical Education in Kraków

Effectiveness of education on the academic level depends on the candidates knowledge and experience as well as the methods of recruitment. There are also some sociological aspects which influence the candidates. Criteria of selec-

tion have been discussed for a long time. The recruitment methods used by the Academy of Physical Education in Kraków are the subject of analysis and the background to discussion on the best methods of recruitment for the tourist studies. The paper also presents the analysis of some factors determining results (effects) of training at the Faculty of Tourism.

Pi[miennictwo

- [1] Ciekotowa K., Jasiński R., *Rekrutacja i kwalifikowanie na studia a efektywność systemu edukacyjnego*, PWN, Warszawa-Łódź 1990.
- [2] Informacja dla kandydatów na studia stacjonarne w roku akademickim 1994/95 w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, AWF, Kraków 1994.
- [3] Jabłońska-Skinder H., Aktualne trendy badań nad szkolnictwem wyższym w świecie, *Życie Szkoły Wyższej* 1987, nr 11.
- [4] Januszkiewicz F., Zalewski J., *Systemy rekrutacji na studia wyższe w wybranych krajach świata*, PWN, Warszawa 1982.
- [5] Kadry w turystyce. Centralny Program Badań Podstawowych 08. 06. AWF, Kraków 1990.
- [6] Kluczyński J., *Programy i uwarunkowania rozwoju szkolnictwa wyższego w Polsce*, PWN, Warszawa-Łódź 1991.
- [7] Kluczyński J., *Szkolnictwo wyższe: stan i kierunki przebudowy*, PWN, Warszawa 1989.
- [8] Kruczek Z., *Kształcenie kadr dla turystyki na poziomie wyższym w Polsce na tle światowych tendencji*, Wydawnictwo Monograficzne nr 56, AWF, Kraków 1993.
- [9] Kruczek Z., *Przekształcenia programowe studiów turystycznych w Polsce na tle światowych tendencji*, *Problemy Turystyki* 1992, nr 2.
- [10] Kruczek Z., *Opinie absolwentów o programach studiów turystycznych w Akademii Wychowania Fizycznego*, *Folia Turistica* 1991 nr 2, Kraków, s. 89—104.
- [11] Lloyd J., Barenblatt L., *Intrinsic intellectuality: its relations to social class, intelligence and achievement*. *Journal of Personality and social Psychology*, 1984, vol. 46, nr 3.
- [12] Zajac K., *Zarys metod statystycznych*, PWE, Warszawa 1976.



HOLENDERSKI INSTYTUT TURYSTYKI I TRANSPORTU W BREDZIE: STRUKTURA ORGANIZACYJNA, PROGRAM I METODY NAUCZANIA

*Marcjanna Augustyn **

Dynamiczny rozwój turystyki, która jest i będzie coraz bardziej znaczącą dziedziną gospodarki narodowej, wymaga profesjonalnych kadr. Podobnie szybki rozwój organizacji turystycznych jest uzależniony od istnienia w nich profesjonalnych menedżerów turystyki. Stawia to wyzwania dla systemu kształcenia kadr turystycznych, w tym w szczególności na poziomie wyższego kształcenia zawodowego.

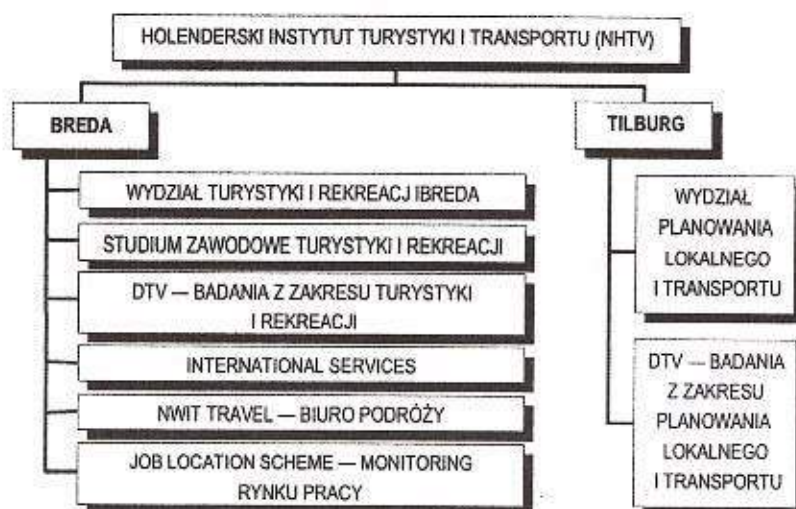
Potrzeby te zostały dostrzeżone bardzo wcześnie w Holandii, gdzie już w 1966 roku został utworzony Holenderski Instytut Turystyki i Transportu (NHTV) w Bredzie, który obecnie jest największą europejską wyższą zawodową szkołą turystyki.

Struktura organizacyjna

Holenderski Instytut Turystyki i Transportu (NHTV) w Bredzie kształci studentów na dwóch Wydziałach: Turystyki i Rekreacji w Bredzie oraz Planowania Lokalnego i Transportu w Tilburgu, w trybie stacjonarnym i zaocznym. Są to czteroletnie studia zawodowe na poziomie licencjackim. Studenci Wydziału Turystyki i Rekreacji mogą kontynuować naukę w ramach rocznych studiów uzupełniających, prowadzących do uzyskania stopnia magistra. Obok wyższych studiów zawodowych, Instytut prowadzi także dwuletnie studium zawodowe w zakresie turystyki i rekreacji w Bredzie (tzw. Kort—HBO).

W ramach Holenderskiego Instytutu Turystyki i Transportu funkcjonują również samodzielne organizacje (Ryc. 1): DTV (Breda i Tilburg), International Services (Breda), Job Location Scheme (Breda) oraz NWIT Travel (Breda).

* Uniwersytet w Luton, Wielka Brytania.



Ryc. 1. Schemat organizacyjny Holenderskiego Instytutu Turystyki i Transportu (NHTV) w Bredzie

Źródło: opracowanie własne na podstawie [1], [3], [4].

DTV jest komercyjną organizacją, mającą na celu koordynację działań w obszarach specjalizacji Instytutu. Posiada własną kadre, ale często zleca wykładowcom Instytutu wykonanie specjalistycznych zadań, w realizacji których niezbędna jest ich profesjonalna wiedza. Zakres działań DTV obejmuje badania naukowe, doradztwo, szkolenie nauczycieli i pracowników firm turystycznych oraz organizowanie konferencji.

Organizacja „International Services”, funkcjonująca w ramach Holenderskiego Instytutu Turystyki i Transportu, zajmuje się międzynarodową wymianą wiedzy z zakresu turystyki i rekreacji. Celem jej działalności jest dostosowanie programów edukacyjnych do potrzeb światowego przemysłu turystycznego. Organizacja ta uczestniczy między innymi w międzynarodowym programie kształcenia nauczycieli dla turystyki („Train the Trainer in Tourism”), zmierzającym do poprawy jakości kształcenia, a w efekcie do profesjonalizmu w sferze rozwoju turystyki. Projekt ten obejmuje siedem etapów:

1. — badanie zapotrzebowania na kształcenie w zakresie turystyki w danym kraju lub regionie przy współudziale lokalnych instytucji (wyższe szkoły, organizacje zawodowe, organizacje turystyczne, instytuty badawcze);
2. — przygotowanie porozumienia o współpracy z właściwymi lokalnymi instytucjami;
3. — analiza turystycznego rynku pracy;
4. — stworzenie odpowiedniego programu szkoleniowego na bazie rozpoznanych potrzeb i przygotowanie materiałów dydaktycznych;
5. — utworzenie konsorcjum, mającego na celu finansowanie i realizację projektu;

6. — stopniowe przekazywanie zadań szkoleniowych instytucjom lokalnym;
7. — opracowanie systemu monitoringu i kontroli jakości.

Na uwagę zasługuje istnienie, w ramach Holenderskiego Instytutu Turystyki i Transportu, organizacji koordynującej podaż i popyt na turystycznym rynku pracy — **Job Location Scheme**. Działalność tej organizacji sprowadza się do monitoringu tego rynku. Ponadto organizacja ta wydaje tygodnik ogłoszeniowy o pracy w sektorze turystyki oraz posiada bank danych o możliwościach zatrudnienia dla absolwentów Holenderskiego Instytutu Turystyki i Transportu.

Oprócz wspomnianych wyżej organizacji Instytut posiada również własną profesjonalną agencję podróży — **NWIT Travel**, która zajmuje się organizowaniem wyjazdów turystycznych w celach wypoczynkowych i służbowych, zarówno dla pracowników i studentów Instytutu, jaki dla organizacji i indywidualnych turystów spoza Instytutu. Przewaga konkurencyjna agencji **NWIT Travel** wynika z posiadania know-how Instytutu.

Program nauczania na Wydziale Turystyki i Rekreacji

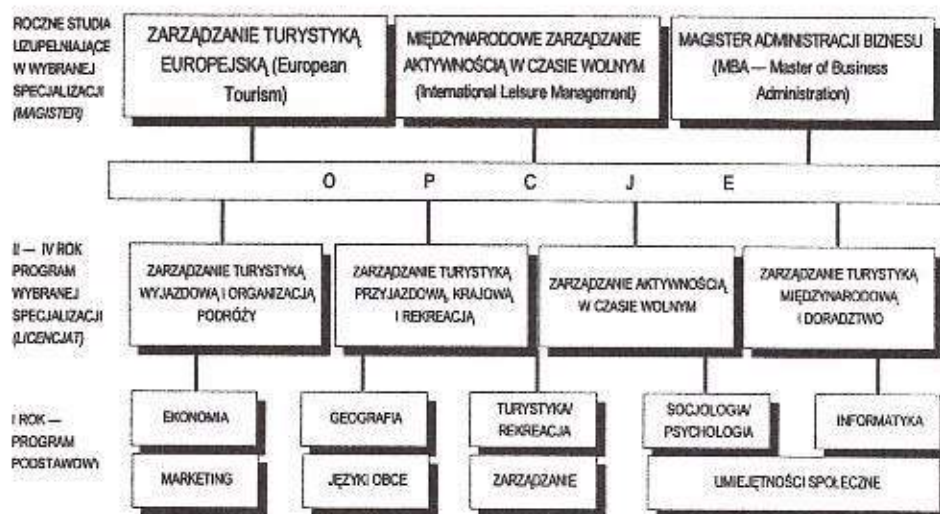
Wydział Turystyki i Rekreacji Holenderskiego Instytutu Turystyki i Transportu w Bredzie prowadzi czteroletnie studia zawodowe z zakresu zarządzanie turystyką i rekreacją, w trybie stacjonarnym i zaocznym, oraz czteroletnie studia zawodowe dla przewodników turystycznych.

Program nauczania w Holenderskim Instytucie Turystyki i Transportu opracowywany jest w sposób umożliwiający zaspokojenie potrzeb kadrowych przemysłu turystycznego. Zmierza on do nabycia przez studentów praktycznych umiejętności, niezbędnych dla właściwego zarządzania organizacjami. Program nauczania opracowywany jest zatem na bazie pięciu głównych przedmiotów, takich jak: marketing, zarządzanie, mikroekonomia, stosunki publiczne (public relations) i metodyka badań. Turystyka rozumiana jest tu szeroko obejmuje nie tylko turystykę i rekreację, ale również inne elementy działalności w czasie wolnym, jak na przykład kulturową, sportową czy rozrywkową.

Wyższe zawodowe studia menedżerskie i studia uzupełniające

Celem studiów menedżerskich jest przygotowanie absolwentów do podjęcia pracy na stanowiskach kierowniczych (szczebel taktyczny i strategiczny) w przemyśle turystycznym.

Program pierwszego roku studiów obejmuje podstawowe zagadnienia z zakresu ekonomii, geografii, turystyki i rekreacji, socjologii i psychologii, informatyki, marketingu, zarządzania oraz umiejętności społecznych. Program ten obejmuje również naukę języków obcych (Ryc. 2).



Ryc. 2. Kształcenie na poziomie wyższym w Holenderskim Instytucie Turystyki i Transportu (NHTV) w Bredzie — studia menedżerskie
Źródło: opracowanie własne na podstawie [1], [3].

Po pierwszym roku studiów, istnieje możliwość wyboru jednej z czterech specjalizacji:

- Zarządzanie Turystyką Wyjazdową i Organizacją Podróży (Outgoing Tourism and Travel Organisation Management);
- Zarządzanie Turystyką Przyjazdową, Krajową i Rekreacją (Incoming and Domestic Tourism and Recreation Management);
- Zarządzanie Aktywnością w Czasie Wolnym (Leisure Activities Management);
- Zarządzanie Turystyką Międzynarodową i Doradztwo (International Tourism Management and Consultancy).

Dla każdej specjalizacji jest opracowywany odrębny program studiów. Obejmuje on szereg przedmiotów kierunkowych oraz przedmioty do wyboru. Program studiów uwzględnia zarówno zajęcia teoretyczne (wykłady), jak i ćwiczenia, w ramach których studenci w kilkusobowych grupach rozwiązują praktyczne problemy badawcze.

Programy nauczania są opracowywane w postaci modułów. Każdy moduł jest realizowany w siedmiodniowym bloku zajęć. Jeden semestr obejmuje dwa bloki zajęć, a rok — cztery. Po realizacji pierwszego bloku zajęć każdego semestru studentom przysługuje tygodniowa przerwa, w czasie której przygotowują się do egzaminów z modułów realizowanych w określonym bloku.

W ramach każdej specjalizacji menedżerskiej studenci zobowiązani są do odbycia 18-tygodniowej praktyki w przedsiębiorstwach turystycznych, która ma miejsce w drugim semestrze trzeciego roku studiów. Celem praktyki jest wykorzystanie umiejętności poprzez realizację indywidualnych zadań badawczych.

Na podstawie rezultatów badań przeprowadzonych podczas praktyki, studenci w ostatnim semestrze studiów zobowiązani są do napisania pracy dyplomowej, której przedmiotem jest rozwiązanie praktycznego problemu dla przemysłu turystycznego (np. plan marketingowy dla konkretnego przedsiębiorstwa turystycznego czy badanie wykonalności ekonomicznej określonego projektu inwestycyjnego). Przykład programu zajęć dla specjalizacji Zarządzanie Turystyką Międzynarodową i Doradztwo prezentują tabele 1—3.

Tabela 1. Cele i zakresy kształcenia w ramach specjalizacji Zarządzanie turystyką międzynarodową i doradztwo (NHTV, Breda)

SPECJALIZACJA: ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ MIĘDZYNARODOWĄ I DORADZTWO	
CEL: Przygotowanie ekspertów i konsultantów w zakresie planowania, rozwoju i zarządzania projektami turystycznymi.	
PRZYSZLI PRACODAWCY:	
* międzynarodowe agencje badawcze i doradcze w zakresie planowania i inwestycji turystycznych; * międzynarodowe organizacje (EC, ONZ, organizacje lobbystyczne, organizacje regionalnego rozwoju); * międzynarodowe banki rozwoju; * międzynarodowe organizacje turystyczne i paraturystyczne; * zagraniczne filie holenderskich przedsiębiorstw turystycznych; * zagraniczne przedsiębiorstwa turystyczne na terytorium Unii Europejskiej.	
UMIEJĘTNOŚCI ABSOLWENTÓW:	
* rozwiązywanie problemów i podejmowanie decyzji w zakresie: — formułowania polityki turystycznej, — planowania i rozwoju produktu turystycznego, — ponadnarodowego zarządzania, — planowania marketingowego; * przeprowadzanie badań wykonalności ekonomicznej inwestycji turystycznych i badań rynku; * znajomość języka angielskiego i dwóch innych języków obcych; * znajomość sposobów finansowania, marketingu międzynarodowego i technik porozumiewania się.	

Źródło: Specialist Area, International Tourism Management and Consultancy, NHTV, Breda 1993.

Warto podkreślić, iż liczba godzin zajęć dla danego przedmiotu, podawana w informatorach (tzw. SBU — wkład pracy studenta), obejmuje łączną liczbę godzin, jaką student powinien przeznaczyć na opanowanie określonego przedmiotu. Obejmuje ona zatem ilość godzin przeznaczonych na wykłady, ćwiczenia, realizację zadań badawczych indywidualnych i w grupach, pracę indywidualną studenta w bibliotece i przygotowanie do egzaminu.

Tabela 2. Program zajęć I roku studiów menedżerskich w Holenderskim Instytucie Turystyki i Transportu w Bredzie

MODUŁ	BLOK			
	1	2	3	4
Obsługa komputera	40	40		
Techniki przetwarzania danych				80
Wprowadzenie do zarządzania finansami			80	
Wprowadzenie do turystyki przyjazdowej		40		
Wprowadzenie do turystyki wyjazdowej			40	
Wprowadzenie do czasu wolnego			40	
Case study	120			80
Makroekonomika		80		
Geografia			80	
Wprowadzenie do marketingu				80
Umiejętności prezentacji	80			
Język Holenderski — literatura				80
Wprowadzenie do psychologii		80		
Wprowadzenie do socjologii			80	
Statystyka		80		
Wprowadzenie do zarządzania czasem wolnym	120	80		
Metodyka badań	80			
Język obcy	40	40	40	40
Wprowadzenie do specjalizacji			40	
	480	440	400	360
OGÓŁEM SBU: 1680				

Źródło: Studiegids 93/94, NHTV, Breda 1993.

Po ukończeniu studiów na poziomie licencyjnym, studenci mogą kontynuować naukę w ramach rocznych studiów uzupełniających, realizowanych we współpracy z uniwersytetami. Prowadzą one do uzyskania stopnia magistra w jednej z trzech specjalizacji:

- Zarządzanie turystyką europejską;
- Międzynarodowe zarządzanie aktywnością w czasie wolnym;
- Magister administracji biznesu (MBA).

Polityka Instytutu zakłada ścisłą współpracę z europejskimi uniwersytetami oraz wyższymi zawodowymi szkołami turystycznymi, polegającą na wymianie programów oraz wspólnym opracowywaniu programów studiów, które są prowadzone w języku angielskim. Umożliwia to wymianę studentów oraz odbycie zagranicznej praktyki.

Międzynarodowy program kształcenia zawodowego realizowany jest w ramach specjalizacji Zarządzanie Turystyką Międzynarodową i Doradztwo (International Tourism Management and Consultancy), we współpracy z następującymi instytucjami:

Tabela 3. Program zajęć specjalizacji Zarządzanie turystyką międzynarodową i doradztwo: rok II—IV (NHTV, Breda)

MODUL	ROK II				ROK III				ROK IV		
	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15/16
Język obcy 1	80	80					*	*			*
Język obcy 2			80	80			*	*			*
Język angielski 1		80					*	*			*
Język angielski 2			80				*	*			*
Język angielski 3					80		*	*			*
Case study 1					80		*	*			*
Case study 2						80	*	*			*
Case study 3							*	*	80	80	*
Zarządzanie czasem wolnym		80					*	*			*
Badanie czasu wolnego				80			*	*			*
Zarządzanie i organizacja 1	80						*	*			*
Zarządzanie i organizacja 2				80			*	*			*
Instrumenty marketingowe w turystyce 2	80						*	*			*
Instrumenty marketingowe w turystyce 3			80				*	*			*
Metodyka badań (1, 2)			80	80			*	*			*
Zarządzanie finansami 1	80						*	*			*
Zarządzanie finansami 2			80				*	*			*
Public relations 1		80					*	*			*
Public relations 2						80	*	*			*
Techniki porozumiewania się					80		*	*			*
Język holenderski — piśmiennictwo					80		*	*			*
Ekonomika turystyki					80		*	*			*
Ewolucja socjologii		80					*	*			*
Komputerowa baza danych						80	*	*			*
Prawo						80	*	*			*
KIERUNKOWE:											
Planowanie w turystyce i rozwój	80	80					*	*			*
Popyt turystyczny	80						*	*			*
Baza turystyczna				80			*	*			*
Ekonomika turystyki						80	*	*			*
Badania kultur			80	80			*	*			*
PRZEDMIOTY DO WYBORU:											
1/2							*	*	80	80	*
3/4							*	*	80	80	*
5							*	*	80		*
6							*	*		80	*
OGÓŁEM SBU: 5040	480	480	480	480	400	400	420	420	320	320	840
PRZEDMIOTY DO WYBORU: 1: Metody badawcze/marketing 2: Planowanie/zarządzanie przedsiębiorstwem 3: Public relations/publicity 4: Marketing/ekonomika przedsiębiorstwa 5: Języki obce											

Źródło: Studiegids 93/94, NHTV, Breda 1993.

- Escuela Oficial de Turismo (Madryt — Hiszpania),
- Scuola di Economia del Turismo (Wenecja — Włochy),
- Bournemouth University (Wielka Brytania),
- Universite de Savoie (Chambery — Francja),
- Fachhochschule Heilbronn (Niemcy),
- Hogskolan Falun Borlange (Szwecja).

Przykład treści programu dla trzeciego semestru studiów prezentuje tab. 4.

Tabela 4. Treści programu specjalizacji Zarządzanie turystyką międzynarodową i doradztwo (ITMC) — bloki 5 i 6 (NHTV, Breda 1993/94)

Przedmiot	Zakres	Metoda	Literatura
Marketing	marketing, usług, marketing w turystyce, planowanie marketingowe, marketingowy system informacji, rynki konsumentów, segmentacja rynku	wykład, ćwiczenia, zadania badawcze	„Principles of Marketing”, Reader NHTV Breda
Popyt turystyczny	światowy i regionalny ruch turystyczny, determinowanty popytu turystycznego, formy turystyki, segmenty turystów, proces podejmowania decyzji przez konsumenta, prognozowanie popytu	wykłady, zad. bad., prezentacje	„Popyt turystyczny”, Reader, NHTV Breda
Planowanie i rozwój turystyki 1	koncepcja produktu turystycznego, teoria i praktyka rozwoju, rola podmiotów systemu turystycznego, ekonomiczne, społeczne i ekologiczne skutki rozwoju turystyki, otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne turystyki	wykłady, ćwiczenia, dyskusje, zad. badawcze	Mill Morrison „The Tourism System”, USA 1992
Planowanie i rozwój turystyki 2	rola planowania i polityki turystycznej w procesie rozwoju, efektywność planowania turystycznego, przykłady polityki turystycznej w różnych krajach	jw.	jw.
Zarządzanie finansami	typy przedsiębiorstw, kalkulacja kosztów, analiza finansowa, planowanie finansowe w turystyce	wykłady, ćwiczenia	„Financial Management” Reader, NHTV Breda
Zarządzanie i organizacja 1	planowanie strategiczne, struktura organizacji, komunikacja ponadkulturowa w organizacji, proces decyzyjny, zarządzanie konfliktami	wykłady, ćwiczenia	Stoner, „Management” USA 1992
Zarządzanie i organizacja 2	zarządzanie zasobami ludzkimi, planowanie kadr, proces zatrudniania, planowanie kariery zawodowej, etyka zawodowa, współpraca	jw.	jw.
Język holenderski	podstawy	lektorat	podręcznik
Kultura i społeczeństwo Holandii	podstawy historii, geografii, socjologii, ekonomii, historii sztuki, turystyki i stosunków międzynarodowych	wykłady, wycieczki krajoznawcze	podręcznik
Case Study	zachowania turystyczne studentów NHTV i oferta produktu turystycznego	praca grupowa, badania ankietowe, prezentacje	

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów z NHTV, Breda 1993.

Program studiów uzupełniających o specjalności Zarządzanie Turystyką Europejską (European Tourism Management) i Międzynarodowe Zarządzanie Aktywnością w Czasie Wolnym (International Leisure Management) jest realizowany we współpracy z takimi instytucjami, jak:

- Bournemouth Polytechnic (Wielka Brytania),
- Universite de Savoie (Chambery — Francja),
- Fachhochschule Heilbronn (Niemcy),
- Escuela Oficial de Turismo (Madryt — Hiszpania),
- Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskola (Węgry).

Przykład treści programu dla I semestru studiów uzupełniających o specjalności Zarządzanie Turystyką Europejską prezentuje tabela 5.

Tabela 5. Treści programu studiów uzupełniających w zakresie Zarządzania Turystyką Europejską w NHTV, Breda (1993/94)

Przedmiot	Zakres	Metoda	Literatura
Zarządzanie finansami	jak ITMC		
Planowanie i rozwój turystyki	jak ITMC		
Zarządzanie zasobami ludzkimi	zarządzanie zasobami ludzkimi w ponadnarodowych organizacjach, metodyka przeprowadzania rozmów kwalifikacyjnych	wykłady, praca w grupach	„Personel Management” Reader NHTV, Breda
Marketing międzynarodowy	otoczenie zewnętrzne i wewnętrzne w marketingu międzynarodowym, badania marketingowe, strategie wejścia na nowe rynki zagraniczne, koordynacja strategii marketingowej na różnych rynkach zagranicznych	wykłady, wykłady gościnne, zadania badawcze	Terpstra V., „International Marketing”, USA 1989
Turystyka europejska	instytucje i polityka Wspólnoty Europejskiej, narodowe modele administracji państwowej i miejsce turystyki, europejskie aspekty turystyki, finansowanie turystyki, ochrona konsumenta, polityka konkurencji, stosunki zewnętrzne Wspólnoty Europejskiej, ochrona środowiska — polityka Wspólnoty Europejskiej	wykłady, ćwiczenia, zadania badawcze	„European Tourism”, Reader NHTV Breda 1993

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów z NHTV, Breda.

Wyższe zawodowe studia dla Narodowych Przewodników Turystycznych

Oprócz kierunków menadżerskich, Holenderski Instytut Turystyki i Transportu prowadzi również czteroletnie studia zawodowe dla Narodowych Przewodników Turystycznych (National Tourist Guide). Celem tych studiów jest zaspokojenie rosnącego zapotrzebowania na profesjonalnych, dobrze wykwalifikowanych przewodników turystycznych, świadczących usługi o wysokiej jakości.

Program studiów w ramach tej specjalizacji koncentruje się na zagadnieniach związanych z kulturą i społeczeństwem Holandii. Obejmuje on intensywne szkolenie w zakresie umiejętności prezentacji i płynności w mówieniu czterema językami obcymi. Studenci zobowiązani są do odbycia trzech praktyk: na drugim, trzecim i czwartym roku studiów. Dla właściwej realizacji pro-

gramu, Instytut utrzymuje stałe kontakty z Organizacją Przewodników (Guide Guide Organisation) i z Narodową Radą Doradczą Przewodników Turystycznych (National Tourist Guides Advisory Board).

Studium zawodowe — Zarządzanie Turystyką i Rekreacją

Holenderski Instytut Turystyki i Transportu w Bredzie prowadzi ponadto dwuletnie studium zawodowe w zakresie zarządzania turystyką i rekreacją. Celem tego szkolenia jest przygotowanie studentów do zajmowania następujących stanowisk w przemyśle turystycznym:

- Kierownik biura turystycznego (Tourist Office Manager);
- Kierownik ośrodka rekreacji (Recreation Centre Manager);
- Kierownik agencji podróży (Travel Agency Manager);
- Kierownik wycieczki (Tour Manager).

Program zajęć zmierza do nabycia przez studentów praktycznych umiejętności w wybranej dziedzinie i przygotowania ich do natychmiastowego podjęcia pracy w obranej specjalizacji. Obejmuje on dziesięcioletnią praktykę i kończy się uzyskaniem przez studentów dyplomu studium zawodowego w zakresie określonej specjalizacji. Dyplom ten uprawnia absolwentów do podjęcia pracy na wyżej wymienionych stanowiskach.

Kształcenie nauczycieli turystyki

Poza kształceniem studentów, mających podjąć pracę w przemyśle turystycznym, Holenderski Instytut Turystyki i Transportu w Bredzie prowadzi również kształcenie nauczycieli turystyki jako specjalizację w ramach kształcenia nauczycieli w dziedzinie geografii i administracji biznesu.

Program czteroletniego kształcenia nauczycieli obejmuje zarówno zagadnienia teoretyczne, jak i praktyki w przemyśle turystycznym i w szkołach turystycznych. Program ten został opracowany na podstawie modelu systemu turystycznego N. Leipera, który zakłada połączenie podaży i popytu turystycznego przy współudziale pośredników turystycznych i uwzględnia uwarunkowania społeczne, polityczne, ekonomiczne i kulturalne.

Program nauczania składa się z następujących głównych modułów:

- Wprowadzenie do zagadnień turystyki i wypoczynku;
- Popyt turystyczny;
- Produkt turystyczny w szerokim znaczeniu;
- Produkt turystyczny w wąskim znaczeniu;
- Organizacje pośredników turystycznych;
- Geografia a turystyka;
- Działalność agencji turystycznych;

- Ekonomiczne i społeczne konsekwencje rozwoju turystyki;
- Polityka turystyczna;
- Badania czasu wolnego.

Po ukończeniu tej specjalizacji możliwe jest kontynuowanie nauki, podjęcie pracy w charakterze nauczyciela lub w przemyśle turystycznym.

Treści zajęć poszczególnych modułów są ściśle ze sobą skorelowane i dostosowane do nadrzędnego celu kształcenia w Instytucie. Możliwe jest to dzięki częstym spotkaniom i dyskusjom wykładowców realizujących treści poszczególnych przedmiotów.

Programy nauczania w Holenderskim Instytucie Turystyki i Transportu w Breźnie podlegają modyfikacji wraz z pojawiającymi się zmianami w przemyśle turystycznym. Sprzyjają temu stałe kontakty Instytutu z przemysłem turystycznym. Oficjalną platformą takich kontaktów jest Rada Doradcza (Advisory Board), której członkami są przedstawiciele takich instytucji, jak: Holenderskie Stowarzyszenie Biur Podróży (ANVV), Holenderskie Linie Lotnicze (KLM), Narodowa Rada Turystyki (NBT), turoperatorzy (OAD i NBBS Travel), Holenderskie Stowarzyszenie Ośrodków Rekreacji i Holenderskie Ministerstwo Rolnictwa, Środowiska i Rybołówstwa. Bieżące sprawy w przemyśle turystycznym, z uwzględnieniem interesów wszystkich zainteresowanych stron, są omawiane podczas konferencji, podróży edukacyjnych i wykładów gościnnych. Ponadto jakość programu nauczania jest oceniana we współpracy z ekspertami z przemysłu turystycznego czy z osobami mianowanymi przez rząd.

Kształcenie w zakresie turystyki ma na celu nie tylko profesjonalne przygotowanie pracowników, ale również ulepszenie systemu turystycznego jako całości. Programy nauczania w Instytucie obejmują zatem wszystkie aspekty turystyki, od aspektów ekonomicznych, przez polityczne, społeczne, geograficzno-przyrodnicze, kulturowe, po ochronę środowiska. Niezależnie od specjalizacji, każdy student ma zatem możliwość zapoznania się z podstawowymi zagadnieniami całego systemu turystycznego.

Metody nauczania

Kształcenie w Holenderskim Instytucie Turystyki i Transportu ma na celu dostosowanie umiejętności studentów do potrzeb turystycznego rynku pracy. Konieczne staje się zatem wykształcenie wśród studentów umiejętności podejmowania decyzji rozwiązywania praktycznych problemów. Dąży się do tego, by absolwenci posiadali:

- umiejętność pracy indywidualnej i zespołowej;
- umiejętność podejmowania decyzji na bazie określonego systemu informacyjnego;
- umiejętność napisania i ocenienia planu marketingowego;

- umiejętność rozwiązywania problemów badawczych;
- umiejętność przeprowadzenia analizy kosztów;
- umiejętność prezentacji;
- znajomość technik sprzedaży, negocjacji i nawiązywania współpracy poprzez praktyczne ćwiczenia;
- płynność w mówieniu językami obcymi;
- znajomość różnych kultur i obyczajów.

Aby możliwe było sprostanie temu wyzwaniu, teoria jest ściśle powiązana z praktyką zarządzania w turystyce. Wykłady nie są zatem jedynie prezentacją teorii, ale stymulują pytania i dają na nie odpowiedzi oraz inicjują dyskusje. Część wykładów prowadzą przedstawiciele przemysłu turystycznego w formie wykładów gościnnych. Nabyciu umiejętności praktycznych służą ponadto takie działania, jak: prowadzenie ćwiczeń w małych grupach studenckich (studia przypadków, zadania badawcze i prezentacja ich rozwiązań podczas zajęć), komputerowe gry symulacyjne, praktyki w organizacjach turystycznych, pisanie pracy dyplomowej, rozwiązującej praktyczny problem konkretnej organizacji turystycznej.

Zadania badawcze, realizowane przez studentów w ramach programu nauczania, stale napływają do Instytutu z organizacji turystycznych. Dzięki temu podejście zorientowane na produkt i konsumenta staje się praktyczną częścią edukacji studentów. Profesjonalny nadzór nad rozwiązywaniem tych zadań badawczych sprawują wykładowcy.

Metody nauczania są stale doskonalone, a podstawę do ich modyfikacji stanowią odpowiedzi na ankiety skierowane do studentów, których przedmiotem jest ocena systemu nauczania.

Przedstawiony model wyższego kształcenia zawodowego w zakresie turystyki i rekreacji, który od wielu lat jest realizowany w Holenderskim Instytucie Turystyki i Transportu w Bredzie oraz efekty nauczania w tym Instytucie w postaci sprawnie funkcjonującego przemysłu turystycznego w Holandii, mogą stanowić godny uwagi przykład dla powstającego obecnie w Polsce modelu kształcenia studentów w wyższych szkołach zawodowych. Wyzwania stawiane przez dynamicznie rozwijający się przemysł turystyczny w Polsce mogą być zaspokojone poprzez wykształcenie profesjonalnej kadry turystycznej, co przyczyni się w dużej mierze do poprawy jakości i konkurencyjności polskiego przemysłu turystycznego na arenie międzynarodowej.

The Netherlands Institute of Tourism and Transport Studies in Breda: Organisational Structure, Curricula and Teaching Methods

The article describes the teaching systems of the Netherlands Institute of Tourism and Transport Studies (NHTV) in Breda. Organisational structure along with the tasks of various departments and independent organisations

within the NHTV are presented in the first part. Detailed curricula four managerial specialisations, National Travel Guides studies, professional studies and tourism teachers: studies within the Department of Tourism and Recreation Studies in the NHTV are presented in the second part. The third part of the article presents teaching methods typical for the NHTV, aimed at the development of specific professional skills among the students. The need for continuous co-ordination of the teaching system with the changing needs of the travel trade is underlined.

Piśmiennictwo

- [1] *Management Studies in Tourism and Recreation*, NHTV, Breda 1993.
- [2] *Specialist Area, International Tourism Management and 7 Consultancy*, NHTV, Breda 1993.
- [3] *Studiegids 93/94*, NHTV, Breda 1993.
- [4] *Train the Trainer in Tourism*, International Services, NHTV, Breda 1993.
- [5] Venema M., *Kształcenie nauczycieli dla turystyki w Holandii*, Problemy Turystyki 1993, nr 1.
- [6] *Would You Like to Study Tourism Management in the Netherlands?*, NHTV, Breda 1993.

STUDIA Z ZAKRESU TURYSTYKI NA UNIWERSYTECIE W LUTON W WIELKIEJ BRYTANII

*Marzena Kuczek **

Brytyjski przemysł turystyczny odgrywa ważną rolę w gospodarce kraju (5% dochodu narodowego, 1,5 mln zatrudnionych)¹, dlatego powstała znaczna liczba studiów przygotowujących kadrę turystyczną, wobec której wymagania ze strony pracodawców nieustannie wzrastają.

W raporcie CNAА — Council for National Academic Awards² (Rady Nadawania Narodowych Dyplomów Akademickich) z 1993 roku znalazła się uwaga, iż obecnie wzrasta liczba studiów z zakresu turystyki finalizowanych stopniem naukowym. W 1986 roku w Zjednoczonym Królestwie 2 instytucje nadawały niższe stopnie naukowe (bachelor degrees) z zakresu turystyki, zatwierdzone przez CNAА. Liczba studentów na tych kursach wynosiła około 100. W roku 1992 istniało 12 stopni naukowych z turystyki jako przedmiotu kierunkowego (program „single”) oraz 11 z turystyki studiowanej wraz z innym przedmiotem (program „major”). Kursów „postgraduate” — czyli na wyższy stopień naukowy (Master) było 14. Podobnie wygląda sytuacja dyplomów wyższego wykształcenia w turystyce (HND). Uniwersytet w Luton był czwartą instytucją w kraju, która zatwierdziła kurs na dyplom HND in Travel & Tourism, pod patronatem BTEC (Instytutu Edukacji Biznesu i Technologii). Ocenia się, że obecnie istnieje 24 HND z zakresu turystyki w różnych instytucjach. Według CNAА w 1995 roku prowadzono ponad 100 kursów na poziomie studiów „undergraduate”, gdzie turystyka była wspomniana w tytule kursu lub stanowiła opcję

* Absolwentka kierunku „Turystyka i rekreacja” AWF w Krakowie.

¹D. Airey, & Middleton, *Education & Training in Tourism in the UK*, The National Liason Group for Higher Education in Tourism (NLG), November 1995.

²The Council for National Academic Awards, *Review of Tourism Studies Degree Courses*, CNAА, London 1993.

do wyboru. Ponadto w 1995 roku 23 instytucje oferowało studia „undergraduate” z zakresu hotelarstwa oraz 20 kursów „postgraduate” z turystyką lub hotelarstwem w tytule.

Uniwersytet w Luton jest jedną z najnowszych i najprężniej działających instytucji edukacyjnych w Anglii. Znajduje się on na liście 30 największych uniwersytetów w Zjednoczonym Królestwie. Na jego sześciu wydziałach studiuje 14000 studentów. Uniwersytet znany jest z nowatorskiego podejścia do edukacji i oferuje jeden z najobszerniejszych modułowych programów studiów (The Modular Degree Scheme) w kraju.³ Program ten polega na doborze przedmiotów przez studentów z zakresu jednego lub więcej kierunków w odpowiednich proporcjach. W ramach „The Modular Degree Scheme” istnieją 4 opcje programowe — „single”, „major”, „minor” i „joint”. Wybór danego programu zależy od tego ile kierunków jednocześnie student chce studiować oraz od proporcji przedmiotów z poszczególnych kierunków. Modułowy program studiów umożliwia studentom stworzenie programu studiów odpowiadającego ich zdolnościom, zainteresowaniom i wychodzącego naprzeciw ich przyszłej karierze zawodowej. Uniwersytet w Luton kładzie silny nacisk na szkolenie zawodowe, zapewniając jego wysoką jakość. Ścisłe współpracuje z głównymi pracodawcami na rynku zarówno lokalnym jak i ogólnokrajowym. Uniwersytet posiada następujące Wydziały: Zarządzania, Nauk humanistycznych, Projektowania i technologii, Nauk stosowanych, Biznesu, Opieki zdrowotnej i społecznej. Uniwersytet przyznaje:

- National Vocational Qualifications (narodowe kwalifikacje zawodowe)
- Higher National Diplomas (dyplomy wyższego wykształcenia)
- niższe stopnie naukowe (bachelor degrees — BA, BSc), ten okres studiów nazywa się „undergraduate studies”
- wyższe stopnie naukowe (postgraduate degrees, np. Master of Arts — MA, Master of Science — MSc).

Studia z zakresu turystyki są prowadzone na Wydziale Biznesu. Są to studia dwustopniowe. Kierunek „Travel & Tourism” (Podróżowanie i Turystyka) to studia na pierwszy stopień akademicki. Studia na wyższy stopień naukowy noszą nazwę „MSc in Tourism Management” (Zarządzanie turystyką).

Studia na pierwszy stopień akademicki na kierunku „Travel & Tourism”

Kierunek „Travel & Tourism” na Uniwersytecie w Luton został zatwierdzony 7 maja 1993 roku, a sam kurs rozpoczął się w październiku 1993.⁴ W zależności od nadawanego tytułu studia trwają:

³ Undergraduate Prospectus 95 & 96, University of Luton.

⁴ The Travel & Tourism Field, Review Document, Part One, University of Luton 1995.

- HND in Travel & Tourism — 2 lata (dyplom wyższego wykształcenia z zakresu „Podróżowania i turystyki”,
- BA „Travel & Tourism” — 3 lata (zwykły stopień naukowy z „Podróżowania i Turystyki”),
- BA (Hons) „Travel & Tourism” — 3 lata (stopień naukowy ze specjalizacją z „Podróżowania i Turystyki”),
- BA „Travel & Tourism” „Top up” — 1 rok,
- BA (Hons) „Travel & Tourism” „Top up” — 1,5 roku (3 semestry).

Studia „Top up” są studiami uzupełniającymi dla osób posiadających np. HND z zakresu turystyki , a pragnących otrzymać stopień naukowy w tej dziedzinie. Czas trwania ww. kursów jest podany dla studiów dziennych (full-time courses).

Kierunek „Travel & Tourism” na Uniwersytecie w Luton cieszy się dużą popularnością. Na rok akademicki 1995/96 stosunek liczby zgłoszeń do liczby miejsc na studiach wynosił 18 do 1.

Omawiane studia są dostępne w ramach „The Modular Degree Scheme” jako „single”, „major”, „joint” i „minor”. Oto wymogi jakie muszą spełniać poszczególne warianty modułowego programu studiów:

- Program „SINGLE” — to program specjalizacji w przedmiocie kierunkowym. Po ukończeniu otrzymuje się stopień naukowy tylko z tego przedmiotu. Aby otrzymać stopień: „BA Hons Travel & Tourism Single Honours Degree” student musi zaliczyć w sumie na trzech poziomach studiów minimum 18 modułów z zakresu „Podróżowania i turystyki”.
- Program „MAJOR” — większa część modułów pochodzi z kierunku „Travel & Tourism”, a mniejsza z innego, wybranego przez studenta. Aby otrzymać stopień „BA Hons Travel & Tourism Major Degree” student musi zaliczyć łącznie na trzech poziomach minimum 12 modułów z zakresu „Podróżowania i turystyki” (studiowanego jako major).
- Program „MINOR” — mniejsza część przedmiotów pochodzi z kierunku „Travel & Tourism”, a większa z innego wybranego przez studenta. Aby otrzymać stopień „BA Hons Travel & Tourism Minor Degree” student musi zaliczyć razem na trzech poziomach studiów 6 modułów z zakresu „Podróżowania i turystyki” (studiowanego jako minor).
- Program „JOINT” — to program w ramach którego studiuje się „Travel & Tourism” równolegle z innym kierunkiem, przy takiej samej liczbie modułów z obu kierunków. Aby otrzymać tytuł „BA Hons Travel & Tourism Joint Degree” student musi zaliczyć na trzech poziomach akademickich 9 modułów z zakresu „Podróżowania i turystyki”.

W każdym z tych wariantów student zalicza łącznie na trzech poziomach studiów 24 moduły, z czego 6 to dowolnie wybrane moduły uzupełniające, a 18 pochodzi albo z zakresu jednego kierunku (program „single”), albo z zakresu dwóch kierunków w różnych proporcjach (programy „major”, „minor”, „joint”).

Taka struktura studiów może wydać się bardzo skomplikowana. Student bowiem musi dokonać kilku wyborów: najpierw przedmiotu kierunkowego, potem rodzaju programu modułowego, następnie modułów na poszczególnych semestrach, a także jaki stopień naukowy pragnie otrzymać (ze specjalizacją czy bez). Poziomy studiów w zasadzie odpowiadają poszczególnym latom studiów. Tak na pewno jest na studiach dziennych (full time). Różnice mogą jedynie zaistnieć na studiach w niepełnym wymiarze godzin (part time studies) lub studiach „przemienne” (sandwich courses), gdzie jeden poziom studiów może być zaliczany w ciągu np. 2 lat.

Na poszczególnych poziomach akademickich studenci zaliczają po 8 modułów, w tym odpowiednią liczbę modułów obowiązkowych w zależności od rodzaju wybranego programu „The Modular Degree Scheme”.

Kierunek „Travel & Tourism” zawiera kilka modułów, które mogłyby się stać niezależnymi kierunkami studiów, np. ostatnio został zatwierdzony moduł „Hospitality Management” (Zarządzanie hotelami). Podejmowane są szczególne wysiłki w celu wprowadzenia programów z obowiązkowymi językami obcymi. Znaczna liczba studentów na stopień naukowy „Single Honours Travel & Tourism” wybiera języki obce jako dodatkowe, jednakże obecny układ modułów na trzecim roku utrudnia wybór języków obcych jeżeli student chce zdobyć stopień naukowy ze specjalizacją najwyższej klasy.

Przy rozpoczęciu studiów każdy student otrzymuje opiekuna naukowego. Zadaniem opiekuna jest pomoc studentom, przez cały okres ich pobytu na uniwersytecie, w podejmowaniu decyzji dotyczących studiów, a także w rozwiązywaniu osobistych problemów.

Przy opracowywaniu programu studiów „Travel & Tourism” duży nacisk położono na praktykę w przemyśle turystycznym. Badania wykazały, że pracodawcy szukają potencjalnych pracowników z wyższym wykształceniem, którzy oprócz specjalistycznej wiedzy z turystyki posiadają praktyczne umiejętności z zakresu biznesu. Praca w okresie studiów daje studentom możliwość dokładnego zapoznania się z wybranymi aspektami przemysłu turystycznego i pozwala powiązać wiedzę teoretyczną z praktycznymi wymaganiami rynku. W ten sposób studenci zyskują cenne umiejętności i doświadczenie przydatne w przyszłej pracy zawodowej. Studenci, którzy w przeszłości pracowali w przedsiębiorstwach turystycznych po ukończeniu studiów otrzymują oferty stałego zatrudnienia na pełnym etacie.

Na szczególną uwagę zasługuje „General Work Based Module” — „Zatrudnienie w przedsiębiorstwie”. Moduł ten nie tylko oferuje studentom możliwość zyskania doświadczenia w środowisku pracy, ale także w jego ramach uczniowie piszą projekt dotyczący pewnego problemu czy aspektu działalności firmy, w której odbywali praktykę. Moduł ten jest bardzo dobrym przykładem praktycznej nauki.

Program studiów „Travel & Tourism” ma na celu rozwinięcie u studentów przedsiębiorczości. Podczas studiów na Uniwersytecie w Luton zachęca się ich do kreatywnego myślenia i poczucia pełnej odpowiedzialności za swoją naukę. Efektywny wkład do przemysłu turystycznego wymaga aktywnej przedsiębiorczości. Program omawianych studiów jest tak zaprojektowany, aby studenci otrzymujący stopień naukowy byli zdolni do promowania pozytywnych zmian. Taka umiejętność jest nieodzowna w przyszłej pracy zawodowej, w kontaktach z klientami, współpracy z partnerami i społeczeństwem. Osoba przedsiębiorcza to osoba posiadająca umiejętności planowania i wykonywania określonych zadań, współpracy w zespole, to osoba obdarzona samokrytyką, wykorzystująca nadarzające się okazje, podejmująca ryzyko — jest to osoba w pełni odpowiedzialna za swoją edukację i karierę zawodową. Możliwości rozwoju przedsiębiorczości istnieją praktycznie w każdym module z zakresu turystyki, ale być może największych możliwości dostarczają moduły „Projekt” — w ramach którego pisze się pracę na określony temat, a także wspomniany wcześniej — „Zatrudnienie w przedsiębiorstwie” oraz „Metody badawcze w turystyce”. Zwłaszcza praca nad projektem zmusza studentów do podjęcia nowych zadań: postawienia sobie celów, zebrania określonych informacji, dokonania ich analizy i prezentacji oraz wyciągnięcia na tej podstawie logicznych wniosków. W niektórych przypadkach te prace są podejmowane we współpracy z firmami i innymi instytucjami.

Zajęcia na kierunku „Travel & Tourism” są prowadzone przez wykładowców o odpowiednich kwalifikacjach. Uczestniczą oni w pracach badawczych, konsultacjach, są inicjatorami publikacji. Wykładowcy biorą także udział w licznych seminariach i konferencjach, mających na celu nieustanne uaktualnianie poszczególnych przedmiotów. Wykładowcy kierunku „Travel & Tourism” podkreślają znaczenie podejmowania bliskich kontaktów z pracodawcami. Pracodawcy są często proszeni o uwagi dotyczące programu studiów. Odbywają się również konferencje poświęcone turystyce z udziałem wykładowców i przedsiębiorców przemysłu turystycznego. Takie kontakty są oczywiście korzystne dla obu stron. Zwłaszcza konsultacja jest bardzo ważna w świecie biznesu. Dla wykładowców kontakty z rynkiem to ważny i praktyczny sposób orientowania się w najnowszych osiągnięciach przemysłu turystycznego. W ten sposób zwiększa się ich wiedza o przedmiocie i rozwijają zdolności niezbędne dla pracownika akademickiego. Większość wykładowców na „Travel & Tourism” w ostatnim czasie znalazła zatrudnienie, istnieją również podobne plany na przyszłość. Wiedza teoretyczna nie poparta praktyką obecnie nie wystarcza. Nie można zapominać o tym, że błyskawiczny postęp techniczny powoduje szybkie zmiany na rynku, stąd podkreśla się nieustanną konieczność kontaktów z przedsiębiorstwami turystycznymi, zarówno studentów, jak i wykładowców.

Nabór studentów na kierunek „Travel & Tourism” odbywa się według ogólnych procedur Uniwersytetu w Luton. Zazwyczaj wymogiem rozpoczęcia nauki na omawianym kierunku jest odpowiednia ilość egzaminów GCSE O-level i A-level (przy czym preferowane są takie przedmioty jak matematyka i język angielski) oraz otrzymane kwalifikacje BTEC National (kwalifikacje „narodowe” Instytutu Edukacji Biznesu i Technologii). Egzaminy GCSE O-level i A-level zdawane w szkole średniej, pierwszy na poziomie zwykłym, a drugi na poziomie zaawansowanym. Znaczna jest też liczba osób przyjmowanych na podstawie innych zaawansowanych kwalifikacji zawodowych. Wymagania na studia na stopień naukowy (bachelor degree) są nieco wyższe niż na studia HND in „Travel & Tourism”. Z doświadczenia wykładowców wynika, że ważniejszy od wyników egzaminów zdawanych w szkole średniej i innych instytucjach jest rodzaj przedmiotów z jakich te egzaminy zostały zdane, a także posiadanie określonych cech charakteru jak np.: samodzielność, dojrzałość, komunikatywność, kreatywność itp., które będą przydatne w późniejszej pracy zawodowej.

Warto zwrócić uwagę na sposób oceny osiągnięć studentów. Na Uniwersytecie w Luton obowiązuje system „credits” (CATS). CATS — Credit Accumulation & Transfer Scheme — to schemat akumulacji i transferu „credits”. Jest to system przyjęty przez Uniwersytet w Luton, który umożliwia zaprojektowanie toku studiów przez wybór z ogółu przedmiotów tych, które najbardziej odpowiadają danemu studentowi. Za każdy ukończony moduł dostaje się odpowiednią liczbę „credits”, które mogą być zbierane na konto przyszłych kwalifikacji. Każde zaliczenie składa się z dwóch lub trzech części podzielonych procentowo w zależności od modułu. Jedna z części opisuje zazwyczaj ogólną wartość pracy w semestrze na podstawie np. pisemnego raportu, projektu, aktywności na zajęciach. Część końcowa oceny to czasem pisemny lub ustny egzamin, a czasem zamiast egzaminu student zobowiązany jest do napisania pracy dotyczącej rozwiązania zadanego problemu, zaprezentowania planu lub strategii dla danego przedsiębiorstwa, przeprowadzenia określonych badań, itp. Rodzaj końcowego zaliczenia zależy od charakteru danego modułu. Dokonywanie oceny postępu studentów w trakcie semestru pomaga w systematycznej nauce przez cały semestr, a ostateczna ocena nie zależy tylko i wyłącznie od końcowego egzaminu czy innego rodzaju pracy. We wszystkich modułach do zaliczenia potrzebne jest minimum 5 punktów (ocena D-), maksymalnie można otrzymać 16 punktów (ocena A+). Należy rozróżniać „credits” od punktów będących ilustracją wartości poszczególnych ocen. Za każdy moduł można otrzymać 15 „credits” (z wyjątkiem modułu „Projekt”), pod warunkiem, że moduł został zaliczony na oceny od D- do A+.

W zależności od rodzaju modułu stosowane są różne metody nauczania. Są to zazwyczaj wykłady i seminaria uzupełniane ćwiczeniami. Ćwiczenia są prowadzone w formie „case study”, czyli pracy na przykładach rzeczywistych przed-

siębiorstw i polegają na rozwiązywaniu ich istniejących lub hipotetycznych problemów. Bardzo często studenci udają się z wizytą do przedsiębiorstw, a przedsiębiorcy są zapraszani do wygłaszania wykładów. Zajęcia są prowadzone w formie dyskusji, przy użyciu materiałów video, literatury itp. W niektórych przypadkach odbywają się one w laboratoriach komputerowych, studiach radia i telewizji. W trakcie ćwiczeń studenci otrzymują wskazówki pomocne przy pisaniu raportów, prowadzeniu badań czy innych prac wymaganych na zaliczenie.

Złożona natura przemysłu turystycznego, jego ścisły związek z biznesem i powiązania z rekreacją zdecydowały o wyborze modułów na kierunku „Podróżowanie i turystyka”. Oto moduły kierunkowe „Travel & Tourism”⁵:

Poziom I

1. Przemysł podróży i turystyki.
2. Wprowadzenie do obsługi komputerów w biznesie.
3. Zachowania pracowników w strukturach organizacyjnych.
4. Geografia turystyki.
5. Uwarunkowania przemysłu turystycznego.
6. Marketing w turystyce i rekreacji.
7. Wprowadzenie do księgowości i finansów.
8. Publiczny sektor turystyczny.

Poziom II

1. Systemy informacyjne zarządzania.
2. Zatrudnienie w przedsiębiorstwie.
3. Metody badawcze w turystyce.
4. Zarządzanie hotelami 1.
5. Strategia i planowanie marketingowe dla turystyki i rekreacji.
6. Strategia i planowanie w turystyce i rekreacji.
7. Zarządzanie transportem.
8. Zarządzanie hotelami 2.
9. Prawo turystyczne.
10. Praktyka w turystyce i rekreacji.
11. Informacja gospodarcza w podejmowaniu decyzji.

Poziom III

1. Projekt.
2. Turystyka i rekreacja na wsi.
3. Zarządzanie walorami turystycznymi.
4. Socjologia i antropologia turystyki.

⁵ The Travel & Tourism Field, Review Document, Part Two, Module Description, University of Luton 1995.

5. Podróże i turystyka a media.
6. Rozwój turystyki międzynarodowej.
7. Zarządzanie oraz organizacja konferencji i imprez.
8. Zarządzanie międzynarodowym transportem powietrznym.

Przemysł podróży i turystyki

Jest to moduł, który daje ogólny obraz przemysłu turystycznego, wraz z jego składowymi i powiązaniami wewnętrznymi. Pomaga w zrozumieniu złożonego charakteru turystyki. Obejmuje podstawowe zagadnienia ważne dla przyszłego pracownika turystyki. Porusza także problem ekspansji turystyki w krajach trzeciego świata oraz rozwoju międzynarodowych rynków turystycznych.

Wprowadzenie do obsługi komputerów w biznesie

Moduł został zaprojektowany w taki sposób, aby zaznajomić studentów z podstawami obsługi komputerów. Jest prowadzony w ramach wykładów oraz ćwiczeń w laboratoriach komputerowych. Ma on na celu rozwój u studentów umiejętności użycia komputerów jako niezbędnych narzędzi w nauce, a później w pracy zawodowej.

Zachowania pracowników w strukturach organizacyjnych

Program obejmuje socjologiczną analizę organizacji i ludzi znajdujących się w tych organizacjach. Zapoznaje ponadto ze stylami kierowania, umiejętnościami, technikami, cechami przywódczymi oraz ich wpływem na pracowników. Przybliża także podstawy teorii zarządzania.

Geografia turystyki

Moduł zapoznaje studentów z głównymi regionami pochodzenia i recepcji turystów, oraz wpływem tych środowisk na przepływ ruchu turystycznego między tymi regionami. W ramach modułu studenci dokonują analizy i interpretacji danych statystycznych dotyczących ruchu turystycznego na świecie, a także uczą się metod zbierania i wykorzystywania tych danych.

Uwarunkowania przemysłu turystycznego

Jest to moduł, który pozwala zrozumieć czynniki warunkujące otoczenie w jakim działa przemysł turystyczny. Na to otoczenie składają się m.in. wewnętrzne powiązania istniejące w omawianym przemyśle, polityka państwa, regulacje prawne dotyczące turystyki, warunki ekonomiczne i społeczno-kulturalne. Studenci zaznajamiają się z podstawami procesu planowania w turystyce z uwzględnieniem różnych czynników otoczenia zewnętrznego.

Marketing w turystyce i rekreacji

Moduł ten ma na celu zapoznanie studentów z głównymi aspektami marketingu w turystyce i rekreacji oraz ukazanie znaczenia działu marketingu w przedsiębiorstwach turystycznych.

Wprowadzenie do księgowości i finansów

Przedmiot ten umożliwia poznanie podstaw księgowości, a przeznaczony jest przede wszystkim dla osób, które się wcześniej z nią nie zetknęły, tworząc fundament dla dalszej już szczegółowej nauki.

Publiczny sektor turystyczny

Moduł ten ma duże znaczenie dla zrozumienia roli sektora publicznego w rozwoju i kontroli turystyki w Zjednoczonym Królestwie i turystyki zagranicznej. Przedmiot ukazuje potrzebę zaangażowania państwa w rozwój turystyki i kontrolę nad nią.

Zatrudnienie w przedsiębiorstwie

Moduł ten daje studentowi możliwość pracy w przedsiębiorstwie, a także ułatwia napisanie projektu dotyczącego właśnie tego przedsiębiorstwa. Projekt powstaje przede wszystkim w miejscu pracy; jest on wspomagany ćwiczeniami z opiekunem, odpowiednią literaturą i innymi materiałami.

Metody badawcze w turystyce

Jest to przedmiot, który ułatwia opanowanie umiejętności analitycznego myślenia, zapoznaje studentów z różnymi formami metod badawczych w turystyce, przygotowuje do modułu „Projekt” na poziomie III. Studenci uczą się wykorzystania teoretycznej wiedzy w praktycznych badaniach związanych z turystyką.

Zarządzanie hotelami 1 i 2

Moduł ten został podzielony na dwie części. Zapoznaje on studentów z podstawowymi pojęciami z zakresu hotelarstwa, ukazuje obecny stan tej branży w Zjednoczonym Królestwie. Uczy podstaw zarządzania ukazując znaczenie poszczególnych działów istniejących w hotelu.

Strategia i planowanie marketingowe dla turystyki i rekreacji

Do podjęcia tego modułu wymagane jest wcześniejsze zaliczenie „Marketingu w turystyce i rekreacji”. Studenci uczą się przede wszystkim planowania marketingowego w przedsiębiorstwach turystycznych oraz jego związków z komunikacją marketingową.

Strategia i planowanie w turystyce i rekreacji

Sukces w każdej branży, a więc w turystyce i rekreacji, może być osiągnięty dzięki dokładnemu zaplanowaniu strategii działań. Omawiany moduł koncentruje się na planach i strategiach sektora publicznego na poziomie ogólnokrajowym.

Zarządzanie transportem

Przedmiot ten ma na celu ukazanie rozwoju transportu dla turystyki i podróży. Dostarcza on wiedzy na temat różnych rodzajów transportu i ich roli w przemyśle turystycznym oraz wiedzy dotyczącej zarządzania transportem na potrzeby przemysłu turystycznego.

Prawo turystyczne

Studenci w ramach modułu zaznajamiają się z najważniejszymi przepisami prawnymi w turystyce, zwłaszcza jeśli chodzi o zawieranie umów przez biura podróży i tour-operatorów. Moduł rozwija techniki rozumowania prawnego i analizy, uczy efektywnej interpretacji i wykorzystania znajomości przepisów prawnych w praktyce. Studenci poznają sposoby szukania i zdobywania odpowiednich informacji dotyczących danego problemu prawnego z konkretnych źródeł, a także zaznajamiają się z prawem międzynarodowym, umowami, konwencjami i dyrektywami.

Praktyka w turystyce i rekreacji

Moduł ten dostępny jest tylko dla studentów kierunków „Travel & Tourism” oraz „Leisure Studies” (Rekreacja). Został on podzielony na dwie części: kurs teoretyczny (20 godzin) oraz okres pracy w przedsiębiorstwie (360 godzin). Część druga pozwala na sprawdzenie swoich umiejętności i wiedzy teoretycznej w praktyce w przedsiębiorstwie turystycznym lub rekreacyjnym, w zależności od studiowanego kierunku.

Informacja gospodarcza w podejmowaniu decyzji

Do podjęcia modułu wymagana jest umiejętność obsługi komputera oraz podstawowa znajomość księgowości. Przedmiot zaznajamia z metodami badawczymi, księgowością i elementami ekonomii stanowiącymi podstawę podejmowania decyzji w przedsiębiorstwach. Studenci uczą się technik podejmowania decyzji i możliwości wykorzystania w tym celu komputerów.

Projekt

W ramach tego modułu studenci muszą przygotować jeden projekt, związany z ich zainteresowaniami w ramach kierunku „Travel & Tourism”. Praca taka pozwala na zgłębienie określonego aspektu studiów, co jest szczególnie ważne dla studentów studiujących „Travel & Tourism” jako „single” lub „major”. W pisaniu pracy pomaga wcześniejsze ukończenie modułu „Metody badawcze w turystyce”. Studenci sami decydują o tempie pracy, wykładowcy i opiekunowie pełnią tylko rolę doradców. W wyborze i pomocy w pisaniu pracy mogą uczestniczyć wykładowcy, u których student dotychczas pisał różne prace, a także przedsiębiorcy firm, w których odbywał praktykę. Projekt to jedyny moduł, za który można otrzymać aż 30 „credits”.

Turystyka i rekreacja na wsi

W ramach przedmiotu dokonuje się analizy jednego z najszybciej rozwijających się sektorów krajowego rynku turystycznego. Znajomość tej tematyki jest niezbędna w planowaniu rozwoju turystyki i rekreacji w Zjednoczonym Królestwie.

Zarządzanie walorami turystycznymi

Moduł dostarcza wiedzy o różnorodnych walorach turystycznych istniejących w Wielkiej Brytanii, o problemach w zarządzaniu nimi, o znaczeniu atrakcji turystycznych dla całej gospodarki turystycznej oraz o możliwościach rozwoju.

Socjologia i antropologia turystyki

Przedmiot analizuje czynniki uzasadniające podjęcie podróży w celach turystycznych. Zaznajamia z modelami zachowań turystów i ich wpływem na ludność lokalną. Ukazuje pozytywne i negatywne aspekty oddziaływania na siebie różnych kultur.

Podróże i turystyka a media

Media odgrywają ważną rolę w reklamie i promocji produktów turystycznych, stąd wprowadzenie takiego właśnie modułu. Po jego ukończeniu studenci są praktycznie przygotowani do użycia różnych form mediów na potrzeby turystyki, zwłaszcza do prowadzenia promocji i reklamy produktów turystycznych.

Rozwój turystyki międzynarodowej

Moduł ten ma duże znaczenie dla zrozumienia przemysłu turystycznego na poziomie międzynarodowym. Zapoznaje z międzynarodowymi statystykami turystycznymi, międzynarodowymi organizacjami turystycznymi. Przybliża zagadnienia wymiany walut, współpracy międzynarodowej. Analizuje najważniejsze regiony turystyczne świata.

Zarządzanie oraz organizacja konferencji i imprez

Spotkania, konferencje, zjazdy, seminaria, imprezy sportowe, turystyczne, rekreacyjne, kulturalne i inne są przedmiotem decyzji dotyczących planowania, strategii i zarządzania na najwyższym poziomie. Ludzie uczestniczący w organizacji i zarządzaniu nimi muszą zdawać sobie sprawę z ich wymiaru społecznego, politycznego i ekonomicznego. Jest to obecnie jedna z najszybciej rozwijających się branż turystyki, dlatego uznano za konieczne wprowadzenie takiego właśnie modułu na studiach „Travel & Tourism”.

Zarządzanie międzynarodowym transportem powietrznym

Przedmiot ten ułatwia zrozumienie roli czynników wpływających na zarządzanie transportem powietrznym. Ukazuje bieżące problemy międzynarodowego transportu powietrznego. Program obejmuje dwa główne zagadnienia — zarządzanie liniami lotniczymi oraz zarządzanie lotniskami.

To czy dany moduł jest obowiązkowy zależy od rodzaju wybranego programu modułowego: „single”, „major”, „minor” lub „joint”. Ponadto nieco inne wymagania w zakresie obowiązkowych modułów istnieją na studiach „HND in Travel & Tourism” oraz studiach „Top up”.

MSc in tourism management — wyższy stopień naukowy w zarządzaniu turystyką

Studia na stopień naukowy MSc in Tourism Management na Uniwersytecie w Luton zostały zatwierdzone 17 maja 1995 roku, a rozpoczęły się w październiku 1995⁶. Kurs trwa 1 rok (2 semestry) „full time”. W roku akademickim

⁶ MSc in Tourism Management, Definitive Document, University of Luton 1995.

1995/96 studiowało 15 studentów. Wprowadzenie kwalifikacji „postgraduate” ma na celu ułatwienie studentom sukcesu w przyszłej pracy zawodowej. Studia „postgraduate” w Zarządzaniu turystyką to próba wzmocnienia reputacji Uniwersytetu w Luton jako instytucji zapewniającej dopływ bardzo dobrej kadry na rozwijającym się rynku. Obecnie w Zjednoczonym Królestwie jest 20 instytucji oferujących kursy „postgraduate” z zakresu turystyki i hotelarstwa. Jednakże studia na Uniwersytecie w Luton należą do nielicznych, które w programie nauczania koncentrują się na zarządzaniu i technologii informacyjnej. Roczny kurs studiów został tak zaprojektowany, aby jak najlepiej przygotować studentów do pracy w przemyśle, który staje się coraz bardziej wyrafinowany jeśli chodzi o techniki zarządzania, który wymaga bardzo dobrej znajomości technologii informacyjnej, potrzebnej do biegłego posługiwania się komputerami.

Studia składają się z 8 modułów, 4 z nich są ściśle związane z turystyką (z tego dwa dotyczą technologii informacyjnej stosowanej w branży), pozostałe 4 dotyczą ogólnych zagadnień związanych z funkcjonowaniem gospodarki i przedsiębiorstw. Moduły są studiowane także przez słuchaczy kierunku „MSc in Business Decision Making” (wyższy stopień naukowy w podejmowaniu decyzji w biznesie). Pomiedzy tym kierunkiem a omawianymi studiami turystycznymi istnieje współpraca, dzięki której studenci posiadają wiedzę nie tylko z zakresu przemysłu turystycznego, ale również z zarządzania biznesem. Uniwersytet w Luton planuje rozwój studiów „postgraduate” w dziedzinach odpowiadających rozwojowi gospodarki brytyjskiej. Bierze się więc pod uwagę dalszy rozwój stopni „Master” z zakresu turystyki.

Wykładowcy dążą do stworzenia studiów wyższych związanych z praktyką, nie tylko bazujących na teorii. Omawiane studia, są oparte na bieżącej, aktualnej analizie przemysłu turystycznego. Wymaga to od wykładowców dużej ilości w prowadzeniu badań, publikacji, uczestnictwa w różnych konferencjach i seminariach dotyczących tej branży gospodarki. Część wykładowców „Zarządzania turystyką” prowadziła w Polsce program 1-tygodniowych seminariów w kwietniu 1995, a obecnie uczestniczy w szkoleniu przyszłych wykładowców tworzonej w Krakowie Międzynarodowej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa.

Kandydaci na omawiane studia pochodzą zazwyczaj z trzech grup. Pierwsza to studenci, którzy otrzymali niższe stopnie naukowe z zakresu „Travel & Tourism” na Uniwersytecie w Luton, druga to studenci ze stopniem „bachelor” z całego kraju — z różnych kierunków, trzecia to osoby o wysokich kwalifikacjach zawodowych. Selekcja kandydatów odbywa się zgodnie z procedurami Uniwersytetu w Luton. Kwalifikacje aplikantów znacznie się różnią, wielu z nich posiada doświadczenie w pracy, a duża część stopnie naukowe lub HND z zakresu biznesu i ekonomii. Wyjątkowo są przyjmowani studenci bez takiej wiedzy, ale stawia się im większe wymagania zdobywania brakujących wiadomości, aby mogli zrozumieć poszczególne zagadnienia poruszane w ramach programu „postgraduate”.

Studia można podzielić na trzy poziomy zaawansowania.

1. Postgraduate Certificate Level — poziom świadectwa „postgraduate” osiągnięty po pierwszym semestrze.
2. Postgraduate Diploma Level — poziom dyplomu „postgraduate”, osiągnięty po drugim semestrze. Po zaliczeniu modułów semestru drugiego studenci powinni zademonstrować swoją samodzielność przez zaproponowanie tematu pracy magisterskiej.
3. Master of Science Level (MSc level) — poziom wyższego stopnia naukowego, otrzymywanego po napisaniu pracy dyplomowej.

W trakcie pisania pracy studenci muszą udowodnić, że posiadają rzetelną, dokładną znajomość przedmiotu studiów, literatury z nim związanej, metodologii prowadzenia badań, że potrafią zbierać i analizować dane, są w stanie krytycznie ocenić zastosowane metody analizy i zasugerować alternatywne rozwiązanie, jeśli taka konieczność istnieje. Powinni oni także umieć wyciągnąć logiczne wnioski na podstawie posiadanych informacji.

Studia magisterskie w „Zarządzaniu turystyką” trwają przez 2 semestry (każdy 15 tygodni). Student zalicza w tym czasie 8 modułów i pisze pracę dyplomową. Każdy moduł trwa przez 1 semestr (przeważnie 3 godziny w tygodniu), daje to ok. 360 godzin nauki, bez wliczania czasu poświęconego na napisanie pracy magisterskiej. Ponieważ poziom wiedzy i doświadczenia studentów jest bardzo różny, przeto wprowadzono następujące elementy: studia wstępne, program wprowadzający i kontrakt nauki. Część studentów musi ukończyć program studiów wstępnych, aby zmniejszyć różnice posiadanej wiedzy i umiejętności osiągając wymagany poziom w określonych przedmiotach (tj. turystyka, matematyka, umiejętności studiowania, pisanie raportów, prezentacje, technologia informacyjna, zagadnienia biznesu). Studia wstępne są podejmowane przez studentów w ramach samodzielnej nauki. Wszyscy studenci muszą przejść przez program wprowadzający w celu konfrontacji ich oczekiwań wobec studiów z tym czego mogą się oni po nich spodziewać, zapoznania ich z otoczeniem ich przyszłej nauki, oraz w celu pomocy w zaplanowaniu programu samodzielnej pracy w czasie trwania kursu.

Program wprowadzający obejmuje przede wszystkim zapoznanie z funkcjonowaniem Uniwersytetu w Luton, oraz przygotowanie do przyszłej pracy zawodowej przez wykazanie związków pomiędzy studiami a przyszłym rynkiem turystycznym, a także planowanie własnej nauki i kariery zawodowej. Przy końcu programu wprowadzającego studenci są zobowiązani do oceny rezultatów ich pracy w ramach tego programu. Następnie negocjują „kontrakt nauki” z opiekunem kierunku skupiając się na określonych dziedzinach, które rozwinać i pogłębić. Studenci konstruują plan zakresu swojej wiedzy i umiejętności, na podstawie którego ustalają kierunki dalszego rozwoju. Chodzi tu o ocenę przez studentów swoich umiejętności od 1 (najniżej) do 5 (najwyżej), każdej

sekcji wyodrębnionej w planie. Jest to wykorzystywane przy ustalaniu celów dla każdego studenta. Opiekun rozmawia z studentem i ustala dziedziny, na które powinien on zwrócić uwagę. Następna taka rozmowa jest przeprowadzana przed rozpoczęciem drugiego semestru, aby ocenić postępy studentów w odniesieniu do celów postawionych sobie przed rozpoczęciem kursu. Wszyscy studenci otrzymują potwierdzenie wypełnienia „kontraktu nauki” nawet jeśli nie ukończą całego kursu. Kontrakt ten dotyczy często takiej wiedzy i umiejętności, które wykraczają poza program studiów, jednakże są bardzo ważne dla przyszłej pracy zawodowej lub pracy naukowej.

Ocena postępu studentów jest dokonywana cały czas w trakcie trwania kursu. Służą temu po części kwalifikacje: „Postgraduate Certificate” i „Postgraduate Diploma”. Mogą je otrzymać studenci, którzy z jakiegokolwiek powodu nie mogą ukończyć całego programu, ale posiadają odpowiednią liczbę „credits” wymaganych przy poszczególnych kwalifikacjach. Studenci zmierzający do otrzymania stopnia „Master” nie są nagradzani wyżej wymienionymi kwalifikacjami.

Aby zaliczyć moduł student musi się wykazać poziomem co najmniej dostatecznym (ocena D-) w każdym elemencie oceny składającym się na końcowe zaliczenie. Wszystkie prace wymagane do zaliczenia modułu muszą być dostarczone w wyznaczonym terminie. Za pracę dostarczoną do 2 tygodni po terminie można otrzymać maksymalnie ocenę D- (5 punktów). Dostarczenie pracy po tym dodatkowym terminie powoduje otrzymanie oceny G (0 punktów).

Istnieje możliwość przyznania „Certificate of Achievement” (świadczenia osiągnięć) studentowi, który chce zrezygnować ze studiów, a zaliczył już jakiś moduł dostarczający „credits” do stopnia naukowego lub niższych kwalifikacji.

Aby otrzymać „Postgraduate Certificate” student musi zebrać 60 „credits” — odpowiada to zaliczeniu 4 modułów. Chcąc uzyskać „Postgraduate Diploma” student musi zebrać dalsze 60 „credits”, a do otrzymania stopnia naukowego „Master of Science” musi zebrać kolejne 60 „credits” (w sumie 180 „credits”), z których co najmniej 30 powinno pochodzić z ukończonej z sukcesem pracy magisterskiej. W wypadku niepowodzenia w pracy dyplomowej, nie ma możliwości jej ponownego napisania. Studenci, którzy uzyskują ocenę poniżej D- (czyli poniżej 5 punktów), nie otrzymują stopnia „Master” tylko „Postgraduate Diploma”.

Studia w Zarządzaniu turystyką obejmują 8 modułów zaliczanych w trakcie dwóch semestrów. Wszystkie moduły przygotowują do napisania pracy magisterskiej, a następnie do podjęcia zatrudnienia w przedsiębiorstwie turystycznym lub przystąpienia do pracy naukowej. Oto plan studiów „postgraduate” w Zarządzaniu Turystyką:

Tydzień zerowy program wprowadzający;

Semestr 1, moduły:

1. Rozwiązywanie problemów.
2. Metody badawcze.
3. Turystyka międzynarodowa.
4. Turystyka a technologia informacyjna 1.

Poziom „Postgraduate Certificate”

Semestr 2, moduły:

5. Podejmowanie decyzji finansowych.
6. Turystyka krajowa.
7. Systemy informacyjne.
8. Turystyka a technologia informacyjna 2.

Poziom „Postgraduate Diploma”

Praca magisterska — poziom „Master of Science”.

Moduły są realizowane w ramach wykładów, seminariów, ćwiczeń, przy użyciu najnowocześniejszych pomocy naukowych, często w laboratoriach komputerowych. Towarzyszyć temu musi duże zaangażowanie ze strony studentów, którzy podejmują naukę we własnym zakresie. Zaliczenie odbywa się w zależności od modułu: w formie egzaminu, pracy pisemnej (raportu, projektu, badania) lub ustnej prezentacji.

Program studiów turystycznych „postgraduate” na Uniwersytecie w Luton jest bardzo ciekawym rozwiązaniem, gdzie przekazywanej wiedzy teoretycznej, towarzyszy praktyka, a przedmioty ściśle turystyczne nauczane są jednocześnie z ogólnymi zagadnieniami z zakresu biznesu, zarządzania i technologii informacyjnej.

Przedstawione w niniejszym artykule studia turystyczne na Uniwersytecie w Luton zostały zaprojektowane biorąc pod uwagę najważniejsze problemy szkolnictwa i przemysłu turystycznego w Wielkiej Brytanii. Zwrócono przede wszystkim uwagę na konieczność przekazania studentom ogólnych wiadomości z zakresu biznesu, aby w przyszłości możliwości zatrudnienia nie były ograniczone tylko i wyłącznie do branży turystycznej. Stworzono możliwość specjalizacji w określonych sektorach przemysłu dla studentów tym zainteresowanych. Położono nacisk na bardzo dobrą znajomość obsługi komputera oraz (w przyszłości) języków obcych. Wykładowcy studiów turystycznych zarówno „undergraduate” jak i „postgraduate” podejmują współpracę z ośrodkami naukowymi na świecie. Zwrócono także uwagę na potrzebę współpracy z przemysłem turystycznym. Ponadto w przyszłości planuje się rozwój studiów „postgraduate”.

Przy tworzeniu programów studiów wzięto pod uwagę działanie przemysłu, któremu one mają służyć. Przemysł turystyczny, który obecnie bez wątpienia nabrał charakteru globalnego, jest dziedziną gospodarki nieustannie się zmieniającą i rozwijającą. Dlatego bardzo ważnymi czynnikami, które należy

brać pod uwagę przy tworzeniu programów nauczania są: współpraca pomiędzy procesem edukacji z jednej strony, a przemysłem i pracodawcami z drugiej, oraz stałe dążenie do unowocześniania systemu.

W Polsce istnieje potrzeba formułowania nowych lub zmiany już istniejących programów kształcenia kadr turystycznych. Ponieważ zmiany polityczne i gospodarcze w naszym kraju spowodowały, że turystyka w Polsce także podlega prawom rynkowym, przeto obecnie konieczne jest kształcenie kadry dla rynku turystycznego upodabniającego się coraz bardziej do rynków zachodnich. Oczywiście niemożliwe jest, jak twierdzi David Airey,⁷ przeniesienie do Polski jakiegokolwiek systemu kształcenia w całości, jednakże warto rozważyć możliwość wykorzystania pewnych rozwiązań sprawdzonych w krajach Europy Zachodniej, tak aby tworzyć nowoczesne programy, dostosowane do europejskich standardów turystycznych.

Wykwalifikowana kadra daje gwarancję powodzenia działalności przedsiębiorstwa turystycznego. Należy więc dążyć do stworzenia takiego systemu kształcenia, który zapewni dopływ wykwalifikowanej kadry turystycznej na miarę wymogów europejskich i światowych.

The Travel and Tourism Field at the University of Luton in Great Britain

The article deals with the problem of staff education for the British tourism industry, giving the University of Luton as an example.

Tourism industry in the UK is estimated to generate around 5% of the national economy and sustains the employment of some 1.5 milion people. Therefore during the past decade the number of tourism courses in the United Kingdom has developed. Especially there is a rapid expansion of degree courses.

The University of Luton is one of England's newest and liveliest educational establishments. It has a pioneering approach to education and offers one of the most comprehensive Modular Degree Schemes in the country. This enables students to create programmes of study which draw upon their strengths and meet the needs of their future careers. The University of Luton has close links with major employers both locally and nationally, thus it has a strong vocational focus.

The Travel and Tourism Field at the University of Luton is placed within The Business Faculty. The article describes both undergraduate and postgraduate programmes. It shows modules studied at every level and also the rules for assesment of students' achievements. It is essential that students develop

⁷ D. Airey, *Systemy profesjonalnego nauczania i szkolenia zawodowego dla celów turystyki w Polsce*, Program dla celów turystyki CEC PHARE, Instytut Turystyki, Warszawa 1993.

a clear understanding of the general business environment, and the course at the University of Luton provides a broad overview of business as well as detailed study of the tourism and travel areas.

At present in Poland there is a great need for changes in the educational system in the field of travel and tourism, in order to reach European standards. For that reason introducing some solutions and experiences from European educational institutions would be very helpful.

KSZTAŁCENIE KADR DLA POTRZEB TURYSTYKI W POLSCE NA POZIOMIE AKADEMICKIM

*Stanisław Wodejko **

Rozważania zawarte w niniejszym artykule wyrażają osobiste poglądy autora, wynikające z trzech przesłanek. Po pierwsze, są wynikiem jego własnych doświadczeń, nabytych w trakcie ponad 25-letniego nauczania przedmiotów wchodzących w skład teorii turystyki. Po drugie, stanowią próbę generalnej oceny dotychczasowej dydaktyki, po trzecie zaś wynikają z potrzeby ustosunkowania się do gwałtownego rozwoju turystyki jako przedmiotu nauczania w wyższych szkołach niepaństwowych. Nabyte doświadczenia wiążą się ze szkolnictwem ekonomicznym, co nie oznacza, że niektóre przemyślenia nie mają charakteru ogólnego.

Na początku tego typu rozważań zawsze rodzi się pytanie związane z zapotrzebowaniem na kadry z wyższym wykształceniem. Autor nie chce tu odwoływać się do szacunków liczbowych takiego zapotrzebowania, bo są one bardzo trudne do określenia, szczególnie w obecnej sytuacji, kiedy wiele jest niewiadomych w dziedzinie turystyki o dużo większym, wyjściowym wręcz znaczeniu. Przykładem niech tu będzie brak takich informacji jak liczba faktycznie istniejących biur podróży w Polsce czy szerzej liczba podmiotów gospodarczych działających w turystyce. Z tego już tylko powodu prognozowanie zatrudnienia jest bardzo szacunkowe i, co oczywiste, określanie zapotrzebowania na kadry z wykształceniem wyższym jeszcze trudniejsze. Dlatego też w dalszych rozważaniach należy wyjść od uwarunkowań generalnych, dotyczących samego szkolnictwa i ukształtowanych przez czynniki, nazwijmy je, ogólnopaństwowe.

Zdaniem autora, stosunek społeczny do kształcenia na poziomie wyższym, na początku transformacji gospodarczej w Polsce zaczął przybierać niepokojące cechy. Otóż propagowane hasła przedsiębiorczości, samodzielności, operatywności, bardzo słuszne w gospodarce rynkowej, zostały niemal powszechnie zrozumiane w sposób niewłaściwy. Poziom wykształcenia uznawano za być może

* Instytut Turystyki SGH, Warszawa, Al. Niepodległości 162.

coś, co podnosi komfort psychiczny, ale tak naprawdę to przeszkadza w biznesie, bo opóźnia czas rozpoczęcia aktywności gospodarczej, a poza tym programy studiów nie zawsze obejmują te przedmioty, które są niezbędne w praktyce. Od szkół wyższych zaczęto oczekiwać, może nie dosłownie, ale w dużym przybliżeniu, niemal praktycznej nauki zawodu. Część uczelni zresztą zreformowała swoje programy nauczania w tym właśnie kierunku. Wszędzie tam gdzie proces ten nie posunął się zbyt daleko, należy uznać go za prawidłowy. Prawdą jest bowiem fakt, że przez dziesięciolecia powojenne oddalenie programów nauczania od rzeczywistości było zbyt duże.

Powyższa teza może spotkać się ze sprzeciwem też uzasadnionym. Otóż wiadomo, że liczba kandydatów na studia nie malała, ale warto przy tej okazji pamiętać o dwóch zjawiskach, a mianowicie: wyżu demograficznym i bezrobociu wśród młodzieży. Ponadto powyższy pogląd autor opiera na podstawie bieżących kontaktów z młodzieżą, w tym kształcącą się w dziedzinie turystyki.

Wolna gra rynkowa bardzo często trafiała na zupełnie nieprzygotowane do niej podmioty. Działania na krótką metę, dążące do robienia szybkiej fortuny, często przez ludzi bardzo młodych, prowadziły — jak wykazują doświadczenia — do osobistych tragedii, rozczarowań, a niekiedy funkcjonowania na pograniczu prawa lub całkowicie poza nim. Zjawisko to z całą wyrazistością wystąpiło również w odniesieniu do turystyki. Nagłośniły je, i słusznie, środki masowego przekazu o zasięgu ogólnopolskim.

Proces, który opisano wyżej trwał na szczęście krótko. Młodzież, akceptująca poprzedni wzorzec, zdecydowanie szybciej niż kompetentne władze zrozumiała, że poziom wykształcenia, a zatem też głęboka znajomość meritum wielu zagadnień i wiążący się z nimi status społeczny są niezbędne we współczesnym świecie. Są wręcz konieczne w kontekście wejścia do Unii Europejskiej choćby po to, aby nie być tam pracownikiem niższej jeśli nie najniższej kategorii. Taki status jest niezwykle łatwo osiągnąć w turystyce, gdzie sprzyja temu stosunkowo duży udział pracy żywej, a produkt turystyczny składa się w dużym stopniu z usług zarówno materialnych, jak i niematerialnych.

Gospodarka rynkowa spowodowała również niekorzystne zmiany w szkolnictwie wyższym, traktowanym jako całość. Jego niedoinwestowanie trwało całe dziesięciolecie. Nowa rzeczywistość gospodarcza pogłębiła procesy dekapitalizacyjne. W tej sytuacji państwo przerzuciło koszty kształcenia na barki rodziców. Największa popularność studiów wieczorowych i zaocznych jest niebezpieczną, w długim okresie, iluzją. Często, choć nie zawsze, wynika to z dużo niższego poziomu nauczania. Przede wszystkim jednak wiąże się z mniejszymi wymaganiami, związanymi z naborem. Niepokojąco rozwinęły się na uczelniach państwowych płatne studia zaoczne i wieczorowe. Ci sami nauczyciele akademicy uczą na co najmniej dwóch poziomach w tej samej uczelni. Znacznie niższym — za dodatkowe pieniądze, i znacznie wy-

ższym — bez dodatkowych pieniędzy. Czy nie jest to paradoks? Czy tak to wygląda w państwach rozwiniętych? Konieczność, często przesadzona, uruchamiania państwowych studiów płatnych ogranicza możliwości zwiększenia naboru na studia dzienne.

Efekty opisanych wyżej wieloletnich procesów są takie, jakich należało oczekiwać. Polska charakteryzuje się jednym z niższych wskaźników poziomu wykształcenia społeczeństwa. Wskaźnik liczby studentów na 10 tys. ludności też nie wygląda imponująco, chociaż się podnosi, ale nie kosztem wysiłku państwa, lecz rodziców zmuszonych kształcić dzieci za własne pieniądze na poziomie półwyższym. Pogłębia się pauperyzacja kadry nauczającej, maleje liczba prac promocyjnych, obniża się ich poziom.

Powyższe wprowadzenie, wydawałoby się, nie ma związku z głównym tematem artykułu. Otóż ma i to bardzo istotny. Turystyka, jako nadal bardzo modny i popularny kierunek, znalazła się w centrum przemian związanych z sytuacją w całym szkolnictwie wyższym.

Przed udowodnieniem powyższej tezy należy sprecyzować pojęcie turystyki jako przedmiotu nauczania i tu trzeba spojrzeć na problem współcześnie. Jeśli turystykę traktuje się na całym świecie jako niemal największy biznes, jeśli turystyka ma (tak zakładano) być czynnikiem pobudzenia rozwoju gospodarczego Polski, to nie ulega wątpliwości, że w dużym — jeśli nie największym — stopniu powinna ona być objęta nauczaniem **przedmiotów ekonomicznych**. Tego faktu nie trzeba chyba wyjaśniać.

Autor nie chce przez to powiedzieć, że owo nauczanie musi mieć miejsce na uczelniach ekonomicznych, chociaż, w obecnej strukturze uczelni państwowych, wydaje się to mało realne w szkołach o innych profilach.

Kształcenie o profilu ekonomicznym jest konieczne, ale niewystarczające. Interdyscyplinarny charakter turystyki wymaga wiedzy z wielu dziedzin, które przez wiele lat bagatelizowano (socjologia, psychologia, ochrona środowiska, rekreacja itd.). Można zatem powiedzieć, że programy współczesnego nauczania turystyki nie mogą ograniczać się tylko do przedmiotów sensu stricto ekonomicznych, chociaż te muszą mieć charakter wiodący.

Współczesny menedżer turystyki musi być osobą wszechstronnie wykształconą, o określonych predyspozycjach psychicznych; musi być osobą o wysokim poziomie kultury osobistej; musi być ekonomistą, socjologiem, ale i psychologiem. Musi mieć umiejętność posługiwania się i interpretowania wskaźników ekonomicznych, ale też przewidywania opartego nie tylko na intuicji. Na podstawie zmian zachodzących na rynku, musi podejmować odpowiednie decyzje ekonomiczne najczęściej z dużym wyprzedzeniem. Znajomość języków (w tym i polskiego), to nie tylko konieczność, wynikająca z potrzeby komunikowania się, ale przede wszystkim sięgania do zagranicznych opracowań, dotyczących bądania rynku, prognoz gospodarczych itd.

Poruszanie się po współczesnym turystycznym rynku nabywcy bez spełnienia wymienionych wyżej wymogów jest działaniem amatorskim, o często przykrych skutkach praktycznych. Im wyższy poziom wykształcenia, tym prawdopodobieństwo wystąpienia wymienionych wyżej cech jest większe. Wzrasta bowiem ogólna erudycja, znajomość wielu dziedzin życia społeczno-gospodarczego itd. Stąd też nawet prowadzenie małego, tzw. rodzinnego biura podróży wymaga znacznej wiedzy. W wielu przypadkach nie traktowano wystarczająco poważnie skutków przemian gospodarczych w Polsce w odniesieniu do popytu turystycznego. Inflacja, pauperyzacja, wysokie oprocentowanie kredytów, to czynniki, które zbagatelizowano. One to wyeliminowały z rynku wiele podmiotów turystycznych. One też prowokowały do wspomnianych działań na pograniczu prawa.

Autor tego artykułu uważa, że już średnie kadry kierownicze lub osoby samodzielnie prowadzące jakąkolwiek działalność w turystyce powinny legitymować się bardzo wszechstronnym wykształceniem, ale nie wykształceniem ograniczającym się do poznania technik obsługi, lecz wiedzą na temat poruszania się po rynku w różnych, trudnych niekiedy do przewidzenia, sytuacjach. Nie trzeba chyba wyjaśniać jak dużej wiedzy wymaga się obecnie od dyrektora hotelu, pracownika gminy turystycznej, właściciela biura podróży itd.

Z dotychczasowych rozważań wynika jeden bardzo istotny wniosek. **Współczesne nauczanie w dziedzinie turystyki nie może być ograniczone do profilu jednej uczelni.** Obecne i nadchodzące czasy wymagają kształcenia interdyscyplinarnego, międzyuczelnianego i międzykierunkowego. Dlatego też **turystyka powinna stać się oddzielnym kierunkiem nauczania.** Powyższe stwierdzenie nie jest nowe. Wiele już lat temu pojawiały się koncepcje utworzenia wyższej szkoły turystyki w Polsce. Wysuwały je środowiska poznańskie, krakowskie. Opowiadał się za nimi ówczesny Główny Komitet Turystyki. Poza innymi przyczynami pozostawienia tej koncepcji w sferze wyobraźni, wystąpiła zasadnicza przeszkoda, istniejąca do dziś.

Otóż z jednym z warunków nauczania nigdy nie było problemów, zawsze liczba zainteresowanych studiowaniem turystyki była wyższa od możliwości. Pod tym względem sytuacja nie zmieniła się, czego dowodzą rekrutacje na studia niepaństwowe z omawianej dziedziny. Drugim jednak jest kadra nauczająca.

I tu sytuacja nie jest najlepsza. Można powiedzieć nawet, że znacznie się pogorszyła. Liczba samodzielnych pracowników naukowych, specjalizujących się w ekonomicznych problemach turystyki, to przysłowiowa garstka ludzi rozproszona po całej Polsce. Słyszysz się o pojedynczych przypadkach finalizowania prac habilitacyjnych. Autor ma tu na myśli pracowników od lat zajmujących się turystyką nie zaś, i tak nielicznych, specjalistów z innych dyscyplin, którzy niejako przy okazji zajęli się turystyką, bo taka jest moda i potrzeba. Niepokoją też pojedyncze wręcz w minionym dziesięcioleciu obrony prac doktorskich. Zja-

wisko to na pewno należy tłumaczyć przyczynami natury ogólnej, o których mówiono wyżej, ale nie tylko. Otóż interdyscyplinarność turystyki powoduje, że zajmowanie się nią wymaga specjalizacji, a przynajmniej gruntownego poznania innych dziedzin nauki, co sprawia, że prace pisane są z większym, w stosunku do innych dyscyplin, nakładem pracy. Powoduje to opóźnienia i nie byłoby chlubą dla turystyki obliczenie średniej wieku pracowników naukowych z tytułem co najmniej doktora w skali Polski i porównanie jej z innymi dziedzinami nauki. Drugą jednak przyczyną takiego stanu rzeczy było **nieprzywiązanie należytego znaczenia do rozwoju kadr**. Autor podejrzewa, że średni czas pisania prac promocyjnych w dziedzinie turystyki jest rekordowo długi. Warunkiem kształcenia kadr dla turystyki jest intensyfikacja rozwoju kadry nauczającej na poziomie wyższym. Wieloletnie zaniedbania w tym zakresie dają się obecnie bardzo wyraźnie odczuć.

Kolejnym czynnikiem, który dawał znać o sobie przez wiele lat, była **dezintegracja środowiska**, spowodowana przede wszystkim rozproszeniem, ale chyba nie tylko. Turyzm jest tak szeroką dyscypliną naukową, że nawet wielokrotnienie liczby nauczycieli akademickich może mieć tylko pozytywne dla niego skutki. Znowu należy podkreślić, że chodzi tu o rzeczywistą specjalizację turystyczną. Autor z dużym zadowoleniem stwierdza, że w ostatnich latach te czynniki dezintegracyjne znacznie osłabły i sam będzie działał w takim kierunku, aby zjawisko to uznać za historyczne.

Rozwój kadr jest obecnie najpilniejszym obowiązkiem każdego specjalisty z zakresu turystyki. Jeśli tak się nie stanie, to niedługo naukę tę całkowicie zdominują eksperci zachodni, a polscy specjaliści w najlepszym przypadku dostąpią zaszczytu prowadzenia ich sekretariatów bądź zbierania materiałów źródłowych.

Powyższe zjawisko już się zarysowało. Z całym szacunkiem odnoszę się do każdego eksperta z dziedziny turystyki, bo nawet w skali europejskiej nie jest ich tak wielu. Z całym też naciskiem stwierdzam, że niektóre raporty opracowane przez tychże ekspertów mogłyby być na pewno nie gorzej wykonane przez specjalistów polskich. Mimo niewielkiej liczby naukowców, zajmujących się turystyką, należy stwierdzić, że dorobek jaki powstał nie powinien być przedmiotem kompleksów. Wręcz przeciwnie, jak na warunki, w których działali należy uznać go za okazały i z merytorycznego punktu widzenia niekiedy nie odbiegający zbyt od osiągnięć zachodnich ośrodków naukowych.

W świetle wyżej przedstawionych rozważań można postawić pytanie, czy jest możliwe wprowadzenie jednolitego programu nauczania przynajmniej na uczelniach ekonomicznych. Otóż na pewno nie teraz, kiedy jest owo rozproszenie, a nauczanie z zakresu turystyki wplecione jest w bardzo różnoraki sposób w programy nauczania na poszczególnych uczelniach. Zresztą macierzyste uczelnie w minionych latach w różnym stopniu traktowały turystykę; zawsze po-

zytywnie kiedy zwiększała ona liczbę kandydatów na studia. Z włączeniem jej do programów nauczania na możliwie wysokim stopniu specjalizacji bywało i bywa różnie.

Wieloletnie doświadczenia dowodzą, że zakres przedmiotów turystycznych na poszczególnych uczelniach ekonomicznych wynikał z lokalnych możliwości i mniejszej lub większej chęci ze strony władz.

Niezbędna natomiast jest dyskusja i prace zmierzające do utworzenia kierunku turystyka, wpleczonego w profil studiów ekonomicznych. Tu potrzebne są dotychczasowe doświadczenia, ścisła współpraca, a przede wszystkim zrozumienie takiej potrzeby ze strony kompetentnych władz. Dotyczy to przede wszystkim administracji turystycznej i szkolnictwa wyższego. Zapotrzebowanie na kadry wykształcone będzie rosło, jeśli rosnać będzie ranga turystyki jako czynnika wzrostu gospodarczego. Rosnąć ono będzie choćby z tego powodu, że zmienił się rynek, zmieniły się uwarunkowania ogólne i wielu dobrych specjalistów wykształconych kilka lat temu musi uzupełniać i aktualizować swoją wiedzę. I tu nasuwa się pytanie, czy takie uzupełnianie ma się odbywać na uczelniach zachodnich albo przy pomocy wyłącznie ekspertów stamtąd pochodzących. Należy pamiętać, że dla ośrodków zachodnich realia transformacji gospodarczej i związanej z tym rzeczywistej sytuacji Polski są na ogół obce. Zatem doskonała niekiedy teoria i duże sukcesy praktyczne mają tę wadę, że nie pasują do rzeczywistości gospodarczej naszego państwa.

Na zakończenie kilka uwag, dotyczących niepaństwowych wyższych szkół turystycznych, poczynionych na przykładzie środowiska warszawskiego. Otóż według szacunków autora, obecnie turystykę wraz z hotelarstwem lub rekreacją studiuje, na poziomie licencjackim, około 700 studentów. Co najmniej dwie następne szkoły niepaństwowe czynią starania związane z uruchomieniem nauczania w tej dziedzinie. Jedną z uczelni opuścił już pierwszy rocznik z dyplomem licencjata.

Na tle tego zjawiska bez precedensu, nasuwa się kilka wniosków. Po pierwsze, istnieje nadal duży popyt na studiowanie omawianej dyscypliny. Trudno powiedzieć jak długo on się utrzyma przy rosnącej konkurencji i na pewno braku tak dużego rynku pracy. Po drugie, realizowane programy nauczania mają taki charakter o jakim pisano. Są one interdyscyplinarne, z poważnym udziałem przedmiotów wykładanych na studiach ekonomicznych, chociaż licencjat nie jest z zakresu tych nauk. Po trzecie, absolwenci tych szkół nie mają możliwości studiowania turystyki na poziomie magisterskim.

Na tle powyższych uwag można wyciągnąć przynajmniej dwa istotne wnioski. Po pierwsze, w dłuższym okresie musi dojść do ostrej konkurencji między tymi uczelniami. Popyt ze strony potencjalnych studentów nie będzie wzrastał w nieskończoność. Jedyną dopuszczalną formą takiej konkurencji powinien być program i poziom nauczania, co z kolei wiąże się z kosztami. Zdaniem autora,

dojdzie do selekcji pozytywnej, pojawi się bowiem i tak częściowo już występująca bariera kadrowa. Uczelnie, które nie sprostają tym wymogom będą musiały zawiesić swoją działalność w obecnej formie.

Wniosek drugi ma szerszy nieco charakter. Otóż wyższe szkoły niepaństwowe wypełniają lukę jaka istnieje między wspomnianym popytem na studia a możliwościami uczelni państwowych. Z rozeznania autora wynika, że młodzież podejmuje te studia już z myślą o poziomie magisterskim. Co najgorsze jest jej obojętne na jakiej uczelni miałyby to miejsce. I tu jawi się problem ogólnopolski, związany z polityką edukacyjną państwa. Na ogół nie ma drożności między studiami licencyjnymi i magisterskimi. Dotyczy to również turystyki i to w Warszawie gdzie akurat jest kadra, która takie studia mogłaby obsługiwać tak pod względem formalnym, jak i liczbowym. Próby stworzenia takiej możliwości dla wybranej tylko grupy najlepszych studentów czynione w SGH nie napotkały — jak na razie — zrozumienia.

Powstaje zatem pytanie, czy uczelnie niepaństwowe o zbliżonym, jak dotąd, programie nie powinny zjednoczyć sił w kierunku wspólnego uruchomienia studiów magisterskich z zakresu turystyki? Zdaniem autora, tak, dojdzie bowiem do kolejnego elementu konkurencji, która — tym razem — przy szczupłych mimo wszystko kadrach, nie będzie służyć dobru kształcenia w omawianej turystyki.

Autor niniejszego artykułu zdaje sobie sprawę z faktu, że nie wszyscy zainteresowani podzielą jego poglądy, dlatego nie brał pod uwagę szczegółowych rozwiązań jakie stosuje się czy zamierza stosować w poszczególnych uczelniach. Przedstawił tu swoją wizję, związaną z warunkami dalszego rozwoju szkolnictwa turystycznego na poziomie wyższym. Wizję, która po spełnieniu przedstawionych wyżej warunków wyjściowych, wyeliminowałaby istniejącą — mimo wszystko — przez dziesięciolecia improwizację. Ewentualny spór merytoryczny nie powinien toczyć się o to co jest dzisiaj, lecz o to co będzie jutro, bo stan dzisiejszy jest taki, jaki ukształtowano w minionych latach. Bezwładność rozwoju nauki i związanych z tym kadr jest bowiem bardzo duża. Zawsze i wszędzie, poza stworzeniem odpowiedniej bazy materialnej, wymaga długiego czasu.

Training Staff for the Tourist Industry in Poland at the University Level

The author presents his opinions on the tourist market needs for the qualified staff and on the proces of dynamic development of education for the tourist industry.

100 100 100

20

77

81

90

PRODUKT TURYSTYCZNY HOTELI „ORBIS” PROJEKT NOWEJ OFERTY USŁUGOWEJ

*Loretta Neufeldt-Ziemba, Joanna Senyszyn**

Wprowadzenie

W polskiej literaturze przedmiotu analizy hotelarstwa uwzględniały przede wszystkim aspekt wytwarzania usług i dotyczyły głównie czynników ich produkcji, zdolności produkcyjnej, kosztów i ekonomicznej efektywności produkcji. Nastawienie na badanie produkcji i poszukiwanie możliwości jej zwiększenia było związane z niedoborami podaży w krajach o gospodarce centralnie planowanej. Przez całe dziesięciolecie w polskiej praktyce gospodarczej najważniejszym problemem związanym z hotelarstwem była niemożność zapewnienia noclegu bardzo wielu chętnym do skorzystania z takiej usługi.

Sytuacja ta uległa zasadniczej zmianie na początku lat dziewięćdziesiątych w związku z transformacją ustrojową gospodarki. Hotele zaczęły działać na rynku nabywcy i nie mogły już — jak dawniej — dyktować konsumentom swoich warunków. Przeciwnie, stanęły przed koniecznością zabiegania o klienta. W tych nowych warunkach szansę odniesienia sukcesu zaczęto wiązać z umiejętnościami wchodzenia na rynek i rywalizacji z konkurencją poprzez rozpoznawanie i zaspokajanie potrzeb turystów, pobudzanie ich popytu, kreowanie usług noclegowych i komplementarnych na wysokim poziomie, ale konkurencyjnych cenowo, atrakcyjną ofertę sprzedaży, odpowiednią promocję i dystrybucję. Wymaga to zmiany tradycyjnego, produkcyjnego podejścia do badania usług hotelarskich i prowadzenia analizy również w aspekcie potrzeb i ich zaspokojenia. Wzrost konsumpcji usług hotelarskich jest obecnie podstawowym warunkiem lepszego wykorzystania potencjału usługowego hoteli i poprawy ich wyniku finansowego, a tym samym determinuje rozwój hotelarstwa. Implikuje to konieczność prowadzenia badań marketingowych.

* Katedra Turystyki AWF, Gdańsk, ul. Wiejska 1.

Charakterystyka bazy hotelowej „Orbisu”

Do firmy „Orbis” S.A. należą 54 hotele zlokalizowane w 27 miastach Polski. Największa koncentracja obiektów jest w stolicy (osiem hoteli) i czterech miastach wojewódzkich (Krakowie i Wrocławiu, gdzie jest po pięć hoteli, oraz w Gdańsku i Poznaniu — po cztery). Tak więc prawie połowa obiektów hotelowych „Orbisu” znajduje się w pięciu miastach, a pozostałe w dwudziestu dwóch miastach. Spośród nich trzy hotele są w Szczecinie, po dwa w Częstochowie, Katowicach, Toruniu i Zakopanem oraz po jednym w Bielsku-Białej, Bydgoszczy, Cieszynie, Gdyni, Jeleniej Górze, Kaliszu, Karpaczu, Kołobrzegu, Lublinie, Łodzi, Mrągowie, Nowym Sączu, Olsztynie, Płocku, Sopocie, Sosnowcu i Zielonej Górze.

Większość hoteli „Orbis” to obiekty o standardzie międzynarodowym. Niemniej hotel pięciogwiazdkowy jest tylko jeden („Victoria” w Warszawie), co stanowi 2% sieci. Hotele czterogwiazdkowe stanowią poniżej 20% sieci, a trzygwiazdkowe około 80%. Na początku lat dziewięćdziesiątych proporcje te były odwrotne, ale w wyniku polityki podatkowej, uzależniającej stawki podatku VAT od kategorii hotelu, w 1994 roku trzydzieści siedem obiektów obniżyło kategorię z czterech do trzech gwiazdek, unikając w ten sposób 22% stawki podatku, co umożliwiło zachowanie cenowej konkurencyjności hoteli „Orbis”.

W sieci „Orbisu” funkcjonują hotele trzech światowych łańcuchów. Do systemu Holiday Inn należy warszawski hotel „Holiday Inn”. W systemie Intercontinental (IHC) są trzy hotele — warszawski „Victoria” (pięciogwiazdkowy) oraz krakowski i warszawski „Forum” (klasa turystyczna). Najliczniej reprezentowanym systemem jest Novotel. Orbisowskie hotele o tej nazwie znajdują się w Gdańsku, Olsztynie, Poznaniu, Warszawie i Wrocławiu. Hotele systemowe stanowią łącznie 17% bazy „Orbisu”.

Większość hoteli „Orbis” ma bardzo dobrą lokalizację. 52% obiektów jest w centrach miast, 28% (głównie hotele systemu Novotel) przy drogach wylotowych. Wśród 20% hoteli bez wyraźnie określonej lokalizacji przeważają obiekty pobytowe, rozmieszczone zależnie od występowania walorów turystycznych: położone nad morzem („Marina” i „Posejdon” w Gdańsku, „Grand” w Sopocie i „Solny” w Kołobrzegu) i w górach („Jelenia Góra” w Jeleniej Górze, „Skalny” w Karpaczu i „Kasprowy” w Zakopanem).

Pod względem pojemności noclegowej w sieci „Orbisu” dominują hotele małe i średnie. Tylko nieco ponad 1/3 stanowią hotele mające powyżej 201 pokoi i apartamentów.

Wszystkie hotele „Orbis” oferują obok usług noclegowych, także usługi gastronomiczne i towarzyszące. Ich szczegółowy zakres i charakter jest bardzo zróżnicowany, często nawet w obiektach tej samej kategorii. Do podstawowych usług świadczonych we wszystkich hotelach należą usługi restauracji, wymiany walut, telekomunikacji i parkingowe. Tylko piętnaście hoteli (28% sieci) dysponuje odpowiednim zapleczem dla rekreacji i wypoczynku.

W zależności od profilu specjalizacyjnego hotele dzieli się na biznesowe (32% sieci), pobytowe i tranzytowe (po 18% sieci). Pozostałe obiekty hotelowe „Orbisu” (32%) nie mają szczególnej specjalizacji.

Hotele sieci „Orbisu” kreują w każdym sezonie turystycznym dużą liczbę ofert handlowych. Do najpopularniejszych należy oferta długich pobyków za niewielką cenę (short stays at mini rates) adresowana do turystów indywidualnych. Polega ona na tym, że goście korzystający z 7-dniowego pobytu w hotelu płacą tylko za 4 dni, a z 3-dniowego — za 2 dni (tzw. oferty „7 za 4” i „2 za 3”). Taki rodzaj usług kreuje 31 hoteli, tj. prawie 60% sieci „Orbisu”. Równie popularne są pakiety usług (city package) oferowane przez 30 hoteli. Ofertę dla osób podróżujących w interesach przedstawia zazwyczaj jedna trzecia sieci, a pakiety urlopowe jedna piąta. Najmniej licznie — tylko przez 5 hoteli — reprezentowana jest oferta dla turystyki grupowej (programy studyjne, przybliżające kulturę, zabytki czy osobliwości przyrody danego regionu).

Hotele sieci „Orbisu” stanowią trzon polskiego hotelarstwa i nic nie wskazuje na to, aby w bliskiej przyszłości miały w tym zakresie nastąpić znaczące zmiany. Niemniej konkurencja jest już coraz silniejsza, zwłaszcza na rynku warszawskim, a także krakowskim, poznańskim, szczecińskim i wrocławskim.

Analiza SWOT usług hoteli „Orbis”

Analiza SWOT pozwala ocenić mocne (Strengths) i słabe strony (Weaknesses) danej działalności oraz okazje (Opportunities) i zagrożenia (Threats) powstające w otoczeniu firmy.

W analizie SWOT usług świadczonych przez hotele „Orbis” wykorzystane zostały wyniki kontrolnych testów usług hotelarskich przeprowadzonych przez anonimowych kontrolerów Zespołu ds. Jakości i Standardów Hotelowych oraz Zespołu ds. Marketingu Zarządu „Orbis” oraz badania własne dr L. Neufeldt-Ziemby. Umożliwiło to uwzględnienie opinii konsumentów na temat mocnych i słabych stron usług oferowanych przez hotele „Orbis” oraz okazji i zagrożeń pojawiających się na rynku. są one zestawione w tabeli 1.

Za podstawową siłę uznano dominującą i ugruntowaną pozycję rynkową usług oferowanych przez hotele „Orbis”. „Orbis” bowiem to firma z 75-letnią tradycją, pretendująca do roli firmy narodowej, mająca znak towarowy powszechnie znany już w okresie międzywojennym.

Ważną pozytywną rolę odgrywa rozwinięta promocja usług hotelarskich na rynkach docelowych. Najważniejsza jest — jak dotąd — działalność wydawnicza (katalogi, foldery, cenniki, broszury, plakaty, kalendarze, mapki) oraz wystawiennicza i targowa (roczny udział w 6 wystawach i 16 targach w kilkunastu miastach europejskich oraz w Chicago, Hong-Kongu i Seulu).

Tabela 1. Analiza SWOT usług hoteli sieci „Orbis”

Mocne strony (strength)	Słabe strony (weaknesses)
* ugruntowana pozycja na rynku * powszechnie znany znak towarowy * rozwinięta promocja usług (wydawnictwa, wystawy, targi) * wysoka jakość usług * korzystna lokalizacja obiektów hotelarskich (dobra dostępność komunikacyjna) * dystrybucja usług na rynki zagraniczne * wysokie kwalifikacje i doświadczenia kadry * stosowanie identycznych przywilejów we wszystkich hotelach	* wysokie ceny świadczonych usług * rutyna zatrudnionej kadry (o wieloletnim stażu) * zdekapitalizowana baza części hoteli (wystroj wnętrz hotelowych nie odpowiadający światowym standardom)
Okazje (opportunities)	Zagrożenia (threats)
* ożywienie w turystyce międzynarodowej, zarejestrowany wzrost popytu na usługi hotelarskie w 1994 roku * rozwijający się ruch biznesowy * powrót konsumentów do firm wcześniej sprawdzonych	* konkurencja * pauperyzacja społeczeństwa * odpływ wykształconej kadry * zewnętrzne ograniczenia kształtowania funduszu płac

Mocnym atutem firmy jest wysoka jakość usług oferowanych przez hotele co najmniej trzygwiazdkowe, wśród których znajdują się obiekty należące do trzech międzynarodowych łańcuchów hotelowych (Holiday Inn, Intercontinental i Novotel), będących gwarantem właściwej obsługi gości. Konsumenti wiedzą, że każdy z hoteli „Orbis” zapewnia oprócz usługi noclegowej przynajmniej kilka usług towarzyszących, w tym na pewno oferuje na odpowiednio wysokim poziomie usługi restauracji.

Siłą hoteli „Orbis” jest także ich dobra dostępność komunikacyjna (93% hoteli znajduje się w aglomeracjach powyżej 100 tys. mieszkańców) połączona z korzystną lokalizacją, odpowiednią do profilu specjalizacyjnego. Wszystkie hotele tranzytowe mieszczą się przy drogach wylotowych, pobytowe są w 60% położone poza centrami miast, a biznesowe w 65% w centrach.

Możliwości ekspansji usług hotelarskich „Orbisu” na rynki zagraniczne są łatwiejsze dzięki dziesięciu zagranicznym spółkom handlowym biur podróży (w Austrii, Belgii, Francji, Holandii, Izraelu, Niemczech, Szwecji, USA i Wielkiej Brytanii) oraz pięciu zagranicznym ośrodkom informacyjnym.

Kolejną mocną stroną firmy jest dobrze wykształcona kadra kształtująca wizerunek firmy w oczach konsumentów. Niewiele przedsiębiorstw ma — tak jak „Orbis” — funkcjonujący od ponad 20 lat Ośrodek Doskonalenia Kadr. Od 1995 roku siłą sieci „Orbisu” jest także stosowanie identycznych przywilejów we wszystkich należących do niej hotelach.

Podstawową słabą stroną usług hotelarskich sieci „Orbisu” jest ich wysoka cena. Relatywnie najtańsze hotele (30% sieci) oferują pokój dwuosobowy (ze śniadaniem) w cenie do 100 DEM za dobę, ale nie mniej niż 50 DEM po sezonie. Prawie połowa sieci ma ceny w granicach od 101 do 130 DEM, a pozostałe powyżej 130 DEM, w tym najdroższy „Holiday Inn” w Warszawie ponad 300 DEM. Taki poziom cen stanowi barierę dla konsumentów krajowych. W najdroższych hotelach warszawskich („Holiday Inn” i „Victoria”) goście krajowi nabywają jedynie do 10% sprzedawanych pokojodni, a średnio w całej sieci niewiele ponad 30%. „Orbis” nie respektuje, jak dotąd, zasady, że warunkiem sukcesu każdej firmy jest przezwyciężenie powszechnie występującej luki dochodowej, co może się między innymi dokonać poprzez oferowanie (według określenia Ph. Kotlera) „więcej za mniej”, czyli w tym wypadku więcej i lepszych usług hotelarskich za mniejsze pieniądze.

Inną słabością są rutynowe zachowania kadry. Spowodowane jest to między innymi brakiem bodźców finansowych — średnia płaca zatrudnionych w hotelach „Orbis” jest niska, głównie ze względu na zewnętrzne ograniczenia funduszu płac.

Kolejną słabą stroną usług hotelarskich „Orbisu” jest zdekaptalizowana baza części obiektów. W latach dziewięćdziesiątych sieć „Orbisu” nie powiększyła się o żaden nowy hotel, nie ma też planów budowy na najbliższe lata. 46% hoteli zostało wybudowanych w latach 1970—1979, 26% po 1980 roku, a pozostałe 28% przed 1969 rokiem, w tym 5 hoteli przed 1918 rokiem (najstarszy — „Europejski” w Warszawie ma 139 lat).

Wśród zewnętrznych szans rozwoju usług oferowanych przez hotele „Orbis” najważniejsze jest ożywienie w turystyce międzynarodowej. Z danych GUS-u wynika, że liczba przyjeżdżających do Polski cudzoziemców zwiększyła się z 36,8 mln w 1991 roku do 74,3 mln w 1994 roku, tj. dwukrotnie, a liczba turystów zagranicznych korzystających z noclegów odpowiednio z 2,8 mln do 3,6 mln, tj. o 29%. Efekty tej tendencji w „Orbisie” są jeszcze słabo widoczne. Niemniej, pomimo ogólnego spadku sprzedaży pokojodni w 1994 roku w porównaniu z 1991 rokiem o 3,1%, w 24 hotelach nastąpił wzrost sprzedaży.

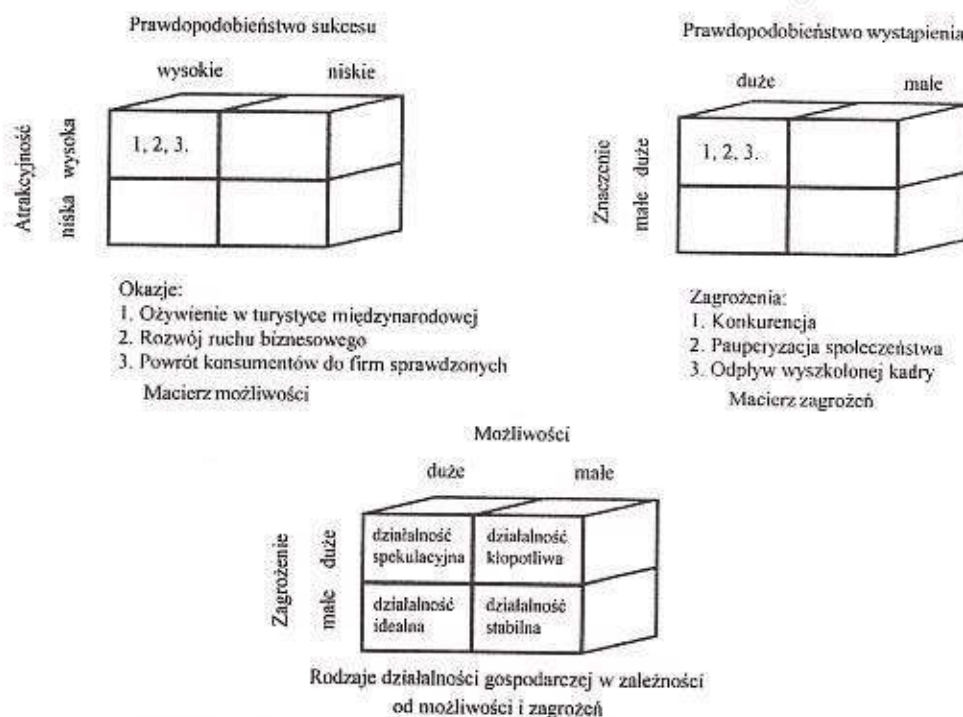
Istotną okazją jest też rozwijający się dynamicznie ruch biznesowy, który pozwala wydłużyć okres sezonu turystycznego w hotelach i zwiększyć sprzedaż w tzw. martwych dla turystyki okresach. Dowodzi tego kształtowanie się wskaźników sezonowości konsumpcji usług hotelarskich w gdańskich hotelach „Heweliusz” (typ biznesowy), „Novotel” (tranzytowy) i „Posejdon” (pobytowy). Sezon w hotelach biznesowych i tranzytowych jest przeciętnie o dwa miesiące dłuższy niż w pobytowych i trwa siedem miesięcy (od kwietnia do października).

Ogromną okazją do wykorzystania jest powrót konsumentów do sprawdzonych firm i znaków towarowych. Nie niesie to bowiem tylu potencjalnych zagrożeń, co korzystanie z usług firm nowych, nastawionych niejednokrotnie na

szybki zysk i nie wykluczających upadłości jako sposobu rozwiązania problemów finansowych. Konsumenci — pragnąc uniknąć ryzyka związanego z wyborem nieznanego usługi hotelarskiej — mogą się zdecydować na hotel nawet droższy, ale gwarantujący odpowiednią jakość noclegu i usług towarzyszących.

Coraz poważniejszym zagrożeniem jest konkurencja hoteli świadczących usługi na równie wysokim lub wyższym poziomie, nawet niekoniecznie tańszych. Ten typ konkurencji dotyczy przede wszystkim turystów zagranicznych i występuje głównie na rynku warszawskim. W przyszłości najprawdopodobniej rozszerzy się na Kraków, Poznań, Szczecin i Wrocław, w których budowane są duże, nowoczesne hotele. Konkurencją w walce o polskich turystów są natomiast niewielkie przydrożne motele, małe hoteliki, a nawet prywatne pokoje gościnne — pod warunkiem, że są odpowiednio tanie.

Istotnym, choć — ze względu na strukturę podmiotową sprzedaży (tylko 1/3 nabywców usług hoteli „Orbis” stanowią goście krajowi) niedocenianym, źródłem zagrożenia jest pauperyzacja polskiego społeczeństwa związana z zachodzącą transformacją ustrojową gospodarki. Jeśli według szacunków Banku Światowego co najmniej siedem milionów Polaków żyje na granicy nędzy, to skala tego zagrożenia jest znaczna i nie można jej lekceważyć.



Ryc 1. Macierz możliwości i zagrożeń sieci hoteli „Orbis” na tle teoretycznej macierzy określającej rodzaj działalności gospodarczej

Kolejnym zagrożeniem jest odpływ wykształconej kadry do hoteli oferujących atrakcyjniejsze warunki pracy, w tym zwłaszcza wyższe wynagrodzenia. Konkurencja w coraz większym zakresie stara się odebrać „Orbisowi” najlepszych pracowników, co częściowo się udaje ze względu na zbyt małą elastyczność dość scentralizowanej polityki płac.

Wymienione okazje zróżnicowane ze względu na atrakcyjność i prawdopodobieństwo sukcesu w tzw. macierzy możliwości, oraz zagrożenia ujęte według znaczenia i prawdopodobieństwa wystąpienia w tzw. macierzy zagrożeń są zestawione na rycinie 1 z teoretyczną macierzą określającą na tej podstawie rodzaj działalności gospodarczej.

Porównanie wskazuje, że działalność hoteli sieci „Orbisu” w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych miała charakter spekulacyjny, gdyż charakteryzowała ją wielość szans, ale i wiele zagrożeń.

Analiza oczekiwań konsumentów usług hotelarskich

Oczekiwania konsumentów usług hotelarskich zostały określone na podstawie wyników kontrolnych testów przeprowadzonych przez anonimowych kontrolerów Zespołu ds. Jakości i Standardów Hotelowych „Orbis”. Są one przedstawione w tabeli 2, wraz z informacją, kto wyraził tego rodzaju oczekiwania. Byli to bowiem nie tylko indywidualni konsumenci, ale też biura podróży, touroperatorzy, a nawet międzynarodowe systemy rezerwacyjne.

Tabela 2. Oczekiwania konsumentów usług sieci hoteli „Orbis”

Lp.	Czego konsumenci oczekują od usług świadczonych przez hotele „Orbis”?	Kto wyraża te oczekiwania
1.	Umiarkowanych cen za jakościowo dobre usługi	* touroperatorzy * biura podróży * indywidualni konsumenci
2.	Personifikowania usług, zwiększenia roli czynnika ludzkiego w procesie świadczenia usług	* indywidualni konsumenci
3.	Zwiększenia bezpieczeństwa w procesie konsumowania usług	* biura podróży * indywidualni konsumenci
4.	Utrzymania czystości, estetyki i odpowiedniej kultury świadczenia usług	* indywidualni konsumenci
5.	Uzyskania kompletnej informacji o usługach hotelu, możliwościach i zasadach ich konsumpcji	* biura podróży (w ograniczonym zakresie) * międzynarodowe systemy rezerwacyjne * indywidualni konsumenci

Wszyscy badani oczekują przede wszystkim umiarkowanych cen za jakościowo dobre usługi oraz kompletnej, rzetelnej informacji o wszystkich usługach hotelu. Konsumenci indywidualni szczególną rolę przywiązują ponadto do miłej, kulturalnej obsługi, estetyki, czystości, poczucia bezpieczeństwa, a więc tych elementów, które są w znacznej mierze zależne od hotelu, w tym od właściwie przygotowanej kadry. Klienci hoteli „Orbis” chcą się w nich czuć, jak mile oczekiwani goście i stąd przywiązują taką wagę do swoistej personifikacji usług.

Projekt oferty usługowej hoteli „Orbis”

Propozycje usprawnień działalności usługowej hoteli „Orbis” opracowane na podstawie wyników analizy SWOT i analizy oczekiwań konsumentów są przedstawione w tabeli 3.

Tabela 3. Propozycje zadań usprawniających usługi hoteli „Orbis”
(układ według szczebli zarządzania)

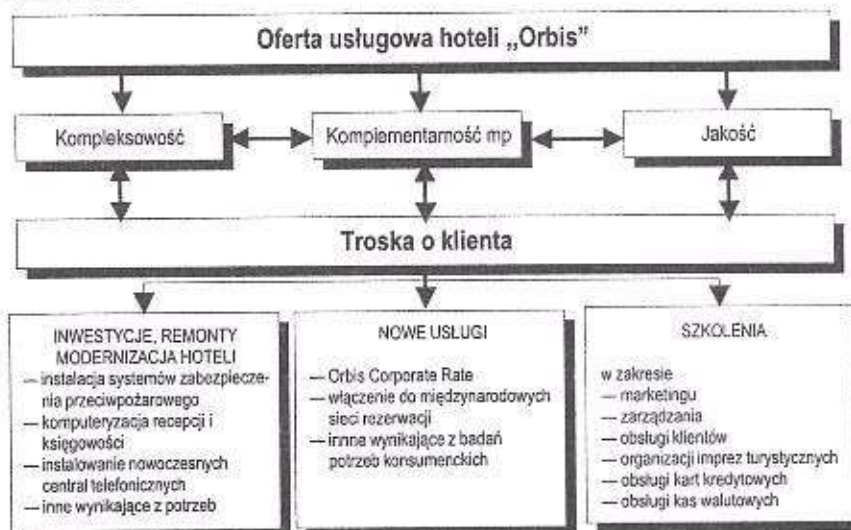
Lp.	Rodzaj zadania	Adresat zadania
1.	Modernizacja zdekapitalizowanej bazy, która stanowi podstawowy środek w procesie produkcji i świadczenia usług	Zespół d/s Inwestycji Zarządu „Orbis” S.A. w Warszawie Dyrektorzy poszczególnych hoteli sieci „Orbis”
2.	Zmiana przestarzałych struktur organizacyjnych, które stanowią barierę dla marketingowego systemu zarządzania hotelami	Dyrektorzy hoteli oraz Zespół d/s Marketingu Zarząd „Orbis” S.A.
3.	Weryfikacja zatrudnionej kadry, która w głównej mierze decyduje o jakości świadczonych usług	Zarządy poszczególnych hoteli
4.	Utworzenie komórek marketingowych, w celu badania i kształtowania popytu i potrzeb konsumentów usług hotelarskich	Zarząd hoteli przy pomocy Ośrodka Doskonalenia Kadr „Orbis” S.A. w Warszawie
5.	Obniżka lub zamrożenie cen usług hotelarskich	Zespoły handlowe lub marketingowe poszczególnych hoteli
6.	Dostosowanie usług komplementarnych do potrzeb rynku (elastyczna polityka handlowa)	Zespoły marketingowe hoteli
7.	Kształtowanie nowocześniejszego wizerunku firmy z uwzględnieniem dotychczasowych tradycji	Zespoły marketingowe hoteli
8.	Lepsza promocja eksponująca tożsamość sieci „Orbisu” i unikatowe cechy poszczególnych jej obiektów	Zespoły marketingowe hoteli

Do głównych zadań, których realizacja zależy do Zarządu „Orbis” S.A. w Warszawie i dyrektorów poszczególnych hoteli, należy modernizacja zdekapitalizowanej bazy oraz zmiana przestarzałych struktur organizacyjnych, będących barierą dla marketingowego systemu zarządzania.

Zarządy hoteli w celu podniesienia jakości świadczonych usług powinny dokonać przeglądu i ewentualnej wymiany kadry, a także utworzyć komórki marketingowe, które badałyby i oddziaływały na potrzeby i popyt konsumentów usług hotelarskich.

Z kolei zadania zespołów handlowych i marketingowych hoteli to w pierwszej kolejności obniżenie realnych cen usług, przede wszystkim noclegowych, i dostosowanie usług komplementarnych do potrzeb rynku oraz lepsza promocja usług, eksponująca tożsamość sieci „Orbisu”, a zarazem unikatowe cechy jej poszczególnych obiektów. Umożliwi to kształtowanie nowocześniejszego (ale z uwzględnieniem dotychczasowych tradycji) wizerunku firmy, jeszcze bardziej przyjaznej gościom.

Projekt oferty handlowej hoteli „Orbis”, której podstawę stanowi wiedza o potrzebach konsumentów usług i troska o ich zaspokojenie, przedstawia graficznie rysunek 2.



Ryc. 2. Projekt oferty usługowej hoteli „Orbis”

Realizacja tej oferty wraz z intensyfikacją oddziaływania na potrzeby potencjalnych konsumentów usług noclegowych i komplementarnych będzie determinować rozwój hotelarstwa orbisowskiego w nowych warunkach społeczno-ekonomicznych powstałych w wyniku transformacji ustrojowej polskiej gospodarki.

A Tourist Product of „Orbis” Hotels Project of a New Service Offer

The paper consists of five parts which involve:

1. a justification of conducting marketing surveys concerning an improvement services provided by hotels in new economic and social conditions in Poland following the reforms started in 1989,
2. a description of the „Orbis” hotel network which comprises 54 objects located in 27 towns in Poland,
3. a set of weaknesses, strengths, opportunities, and threats (SWOT analysis) in relation to the tourist product offered by „Orbis” hotels, which form the basis for the analysis and conclusions concerning the activity of the company,
4. an analysis of customer's expectations, obtained from marketing surveys, related to the required ways of development of hotel networks,
5. suggestions concerning improvements in the activity of „Orbis” hotels, including addressees of particular tasks, and a project of a new service offer based on the knowledge of customer's preferences and the desire to meet their demands.

GENEZA I ROZWÓJ TEORII TURYSTYKI (refleksje na kanwie książki B. Vukonica „Turizam ususret budućnosti”)

*Wiesław Alejziak **

Nauka a rozwój turystyki

Od wielu lat w środowisku teoretyków turystyki trwa dyskusja nad rolą nauki w wyjaśnianiu podstawowych problemów współczesnej turystyki. Oczywiście wszyscy zgadzają się z opinią, że rozwój turystyki nie może dokonywać się bez pomocy nauki, jednak zwraca się przy tym uwagę na fakt, że uczestnictwo nauki w rozwiązywaniu problemów branży turystycznej jest uzasadnione jedynie wtedy, gdy zdoła ona wyjaśnić związki przyczynowe występujące w praktyce. Teoretyczne modele rzeczywistości są bowiem niezbędnym, choć niewystarczającym, warunkiem rozwiązywania problemów praktycznych [34, s. 12].

Uznając zasadność i przydatność nauki w rozwiązywaniu najistotniejszych problemów turystyki, należy wskazać na wyraźny niedostatek (czy wręcz brak) opracowań, które ujmowałyby zagadnienie w sposób kompleksowy oraz miałyby na celu podsumowanie dorobku teoretycznego dotychczasowych badań nad turystyką. Opracowanie niniejsze jest próbą dokonania przeglądu i oceny różnorodnych teorii dotyczących rozwoju turystyki oraz wyjaśniających istotę samego zjawiska, określanego często mianem „fenomenu XX wieku”.

Pisząc o genezie i rozwoju teorii turystyki mam na myśli nie jedną (konkretną) ogólną teorię turystyki, lecz szereg teorii — począwszy od pierwszych poglądów na temat turystyki, pojawiających się już w pracach merkantylistów, aż po czasy obecne. Pojęcie teorii rozumiem jako twórczy wynik badań, wyrażający się w uogólnianiu zjawisk i procesów będących przedmiotem badania oraz formułowaniu prawidłowości rządzących tymi zjawiskami. W tym znaczeniu teoria jest częścią składową, a jednocześnie fundamentem nauki. Bez teorii nie ma nauki. Można powiedzieć, że nauka, która przestaje produkować teorię zamiera.

* Instytut Turystyki AWF, Kraków, Al. Jana Pawła II 78.

Jednak czy w przypadku turystyki możemy mówić o nauce, która zajmuje się jej badaniem? Czy jest coś takiego jak „nauka o turystyce” (czy też nauka turystyki)?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, musimy najpierw określić czym jest nauka? Spośród wielu znaczeń tego określenia, najbardziej istotne dla naszych rozważań ma instytucjonalne znaczenie nauki. Można przyjąć, że w tym kontekście nauka to usystematyzowany, ze względu na przedmiot i cele poznawcze oraz społeczne znaczenie, zbiór ukształtowanych i wyraźnie wyodrębnionych części ogólnego zasobu wiedzy o otaczającej nas rzeczywistości. Podstawową jednostką klasyfikacji nauki w tym ujęciu jest dyscyplina naukowa. Względnie trwale ukształtowane grupy dyscyplin naukowych uzyskują status dziedzin nauki, w ramach których są nadawane stopnie i tytuły naukowe.

Dynamiczny rozwój nauki sprawia, że pojawiają się coraz to nowe dyscypliny, które powstają bądź w wyniku wyodrębnienia z dyscyplin już istniejących, bądź na styku dwóch lub kilku dyscyplin tradycyjnych. Często, to właśnie te dyscypliny, ukazują najciekawsze obszary naukowej penetracji.

Niektórzy uważają, że turystyka należy właśnie do takich interdyscyplinarnych dziedzin wiedzy. W ich opinii, turystyka — mimo, że nie uzyskała jeszcze formalnego uznania przez korporacje uczonych i państwowe organy nauki — powinna starać się o status samodzielnej dyscypliny, subdyscypliny, czy choćby specjalności naukowej¹.

Jednak, aby można było mówić o konstruktywnej wymianie poglądów teoretycznych i doświadczeń — co jest warunkiem postępu w każdej dziedzinie wiedzy — niezbędne wydaje się być uporządkowanie zakresu i instrumentarium poznawczego, określanego mianem „matrycy dyscyplinarnej”. Matryca taka rozumiana jest najczęściej jako usystematyzowany zbiór pojęć i definicji oraz wielu kategorii analitycznych, składających się na podstawową warstwę aparatu teorii twórczego, uogólnień oraz modeli stanowiących swego rodzaju platformę do porównawczych badań nad zasadnością (prawdziwością) różnych produktów działalności naukowej — hipotez, twierdzeń, praw, teorii, koncepcji, kierunków, szkół naukowych itd.

Wieloletnie badania nad turystyką prowadzone przez przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych powodowały stałe pomnażanie dorobku teoretycznego z zakresu turystyki. Nasuwa się jednak pytanie, czy dotychczasowy dorobek teoretyczny pozwala podjąć próby mające na celu wyodrębnienie samodzielnej dyscypliny naukowej zajmującej się badaniem turystyki?

Do niedawna środowisko teoretyków turystyki było raczej zgodne w swoich poglądach, że obecnie nie ma czegoś takiego jak „nauka turystyki”, czy „nauka o turystyce”. Niektórzy (m. in. A. J. Burkart) twierdzili że, nie ma nawet jed-

¹ Specjalność naukowa określana jest jako względnie trwale uprawiana przez uczonych część jednej lub kilku dyscyplin naukowych, wyodrębniona z uwagi na węższy zakres przedmiotu badań lub posługiwanie się szczególnymi metodami badawczymi.

nej, ogólnej teorii turystyki. Obecnie większość teoretyków zgadza się z tymi poglądami, wskazując jednocześnie na konieczność ostatecznego rozstrzygnięcia tej kwestii. Uważają oni, że należy sformułować ogólną teorię turystyki, albo wykazać, że stworzenie takiej teorii jest niemożliwe. Niektórzy wskazują przy tym na duże prawdopodobieństwo opracowania nie jednej, lecz szeregu teorii ogólnych turystyki [37, s. 50].

W latach siedemdziesiątych powstało w Polsce kilka prac mających na celu wyodrębnienie nauki o turystyce jako samodzielnej dyscypliny naukowej [24, 36]. Zwracano w nich uwagę na to, że turystyka ma dający się określić zakres badawczy, własne (choć w większości zaadoptowane z innych dyscyplin) metody badawcze oraz na fakt, że dopracowano się już pewnych uogólnień i mierników pozwalających na ilościowe ujęcie wielu badanych zjawisk [24, s. 5–6]. Zakładano, że zakres badawczy nauki o turystyce powinien obejmować ściśle związane z ruchem turystycznym zjawiska ekonomiczne, geograficzno-przestrzenne, organizacyjne, prawne, socjologiczne, fizjologiczne itp².

Stanowisko takie miało jednak wielu przeciwników [por. 28]. Ich zdaniem, wyodrębnienie nauki o turystyce jako samodzielnej dyscypliny naukowej nie jest możliwe już choćby ze względu na rozbieżności definicyjne w zakresie określania różnorodnych zjawisk turystycznych, a także problemy metodologiczne, zwłaszcza w dziedzinie statystyki turystycznej. Według K. Rogozińskiego „... nie ma i raczej nie może być jednolitej nauki o turystyce, tak jak nie ma nauki o kulturze, istnieją jednak nauki o turystyce” [28, s. 121].

Z opinią tą zgadza się wielu teoretyków turystyki, twierdząc przekornie, że nie ma nauki o turystyce, ale są nauki o turystyce. Ta ciekawa gra słów oznacza, że nie ma jednej nauki o turystyce, natomiast jest szereg nauk o turystyce, w sensie wyodrębnionych już dyscyplin, które zajmują się badaniem różnych aspektów turystyki. W tym rozumieniu naukami o turystyce są, np.: ekonomika turystyki, geografia turystyki, socjologia turystyki itd.

W ostatnim okresie dyskusja na ten temat odżyła jakby na nowo. Przykładem jest memoriał Rady Wydziału Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu (poparty przez przedstawicieli wielu dziedzin nauki zajmujących się turystyką w Polsce) do Centralnej Komisji do spraw Tytułu Naukowego i Stopni Naukowych o ustanowienie nauk o turystyce jako samodzielnej dziedziny wiedzy. Podobną opinię wyraził Rektor Uniwersytetu Łódzkiego Prof. S. Liszewski pisząc, że zamiast jałowych dyskusji, kto naprawdę jest „turystologiem”, a kto tylko „turystoznawcą”, powinniśmy zająć się kwestią przyszłości badań naukowych nad turystyką w Polsce oraz rozwojem młodej kadry naukowców, w tym zwłaszcza możliwości nadawania tytułów i stopni naukowych z zakresu turystyki. W jego opinii „... rozwój teorii i metodologii

² Tak rozumianą naukę o turystyce (o najszerszym zakresie poznawczym) propagował już w okresie międzywojennym w swych pracach St. Leszczycki, nazywając ją turyzmem [17].

badania nad turystyką doprowadzi w niedługim czasie do powstania samodzielnej dziedziny wiedzy, dla której nazwę warto już dziś przygotować i przedyskutować (może jednak „turyzm”, jako naukowe podejście do zjawiska turystyki)” [18, s. 107].

Jak już wspomniano, zarówno rozwój naukowej wiedzy o turystyce jak i trudności w wyodrębnieniu takiej dyscypliny naukowej są spowodowane przede wszystkim nie do końca określonym zakresem oraz niedoskonałością metodologii badań turystycznych, co w dużej mierze wynika z nie uregulowanych kwestii definicyjnych i terminologicznych oraz nieporównywalności danych statystycznych (zwłaszcza w skali międzynarodowej). Od wielu lat podejmowane są próby stworzenia metodologii badań, która ułatwiłaby określenie skutków rozwoju turystyki. Chodzi o taką metodologię, która pozwoli oddzielić skutki wywołane przez turystykę od skutków i zmian spowodowanych innymi procesami i zjawiskami (np. rozwojem urbanizacji).

Najwięcej zwolenników mają badania wielodyscyplinarne. Potwierdzają to nie tylko studia literaturowe, ale także badania L. Thunsa z Uniwersytetu w Tilburgu [37] dotyczące priorytetów w badaniach turystycznych, przeprowadzone wśród kilkudziesięciu najwybitniejszych ekspertów w dziedzinie badań turystycznych. Część teoretyków (np. Rene Baretje) uważa jednak, że „... badania wielodyscyplinarne muszą być poprzedzone studiami w poszczególnych dyscyplinach, (...) bowiem dopóki rozwiązywanie określonych problemów jest hamowane niedoskonałościami odpowiednich „czystych nauk”, trzeba się strzec przed jednostronnym naciskiem na podejście wielodyscyplinarne” [37, s. 51].

Z opinią tą zdaje się zgadzać K. Przeclawski pisząc, że „... w chwili obecnej badacze turystyki należący do różnych dyscyplin prowadzą na ogół badania w zasadzie niezależnie od siebie. Problematykę formułują w języku właściwym dla danej dyscypliny, co nawet widać w sposobie samego definiowania turystyki” [27, s. 57]. Uważa on, że w badaniach nad turystyką najbardziej wartościowe są badania interdyscyplinarne, czyli takie, w których szuka się odpowiedzi na te same pytania, z punktu widzenia różnych dyscyplin naukowych.

Wydaje się, że tylko takie podejście pozwoli na wyjaśnienie istoty i przyczyn tak dynamicznego rozwoju turystyki, jaki miał miejsce w XX wieku oraz skutków jakie ten rozwój wywołuje, zarówno w obszarach emisji, jak i recepcji ruchu turystycznego. Obecnie jesteśmy w znacznie lepszej sytuacji, niż kilkadziesiąt lat temu, kiedy to dynamizm z jakim rozwijała się turystyka zaskoczył socjologów, ekonomistów, polityków i praktyków gospodarczych. Dopóki późno zauważyli oni, że turystyka, która przez setki lat miała charakter wybitnie elitarny, w stosunkowo krótkim czasie przekształciła się w zjawisko masowe, w którym uczestniczą miliony osób. Całkiem niespodziewanie stała się także jedną z najlepiej rozwiniętych i nowoczesnych dziedzin gospodarki światowej.

Problematyka wzrostu i rozwoju jest jednym z naczelných zagadnień współczesnej teorii i praktyki ekonomicznej. Jest to zrozumiałe biorąc pod uwagę fakt ograniczenia czynników produkcji oraz potrzebę zwiększenia efektywności gospodarowania. Dotyczy to także turystyki, której dalszy rozwój uważany jest za obiektywną prawidłowość rozwoju współczesnej cywilizacji. W takiej sytuacji coraz większego znaczenia nabiera znajomość mechanizmów i praw rządzących współczesną turystyką. Dlatego też celowe wydaje się dokonanie przeglądu i oceny dorobku teoretycznego badań nad turystyką, co autor próbował zrobić w niniejszym opracowaniu.

Inspiracją do napisania tego artykułu była książka Borisa Vukonica — „Turizam ususret budućnosti” (Turystyka w spotkaniu z przyszłością) [41]. W jednym z rozdziałów tej książki zaprezentowano rozbudowaną analizę teorii rozwoju turystyki na tle ogólnych ekonomicznych teorii rozwoju. Ciekawy sposób ujęcia tematu oraz fakt, że z nic wszystkimi poglądami B. Vukonica, autor niniejszego opracowania się zgadza, legły u podstaw decyzji o napisaniu tego artykułu.

Uwagi na temat książki B. Vukonica „Turizam ususret budućnosti”

Książkę B. Vukonica należy uznać za udaną próbę refleksji nad genezą i rozwojem oraz istotą jednego z najciekawszych „fenomenów XX wieku”, jak często w swej pracy Autor określa turystykę. Ma w tym dużo racji, bowiem turystyka należy do najbardziej dynamicznie rozwijających się procesów społecznych i gospodarczych, jakie obserwujemy od początku XX wieku. Wielopłaszczyznowe oddziaływanie turystyki (na przyrodę, na gospodarkę, na kulturę oraz na społeczeństwo) sprawia, że — trochę zaskoczeni skalą zjawiska — zarówno naukowcy, jak i praktycy branży turystycznej, starają się poznać mechanizmy i prawa rządzące turystyką. Książka B. Vukonica stanowić może ciekawy przewodnik do takich rozważań. Autor podjął bowiem próbę teoretycznej analizy rozwoju turystyki, jako zjawiska o charakterze globalnym. Czytelnik znajdzie w tym opracowaniu zarówno szczegółową analizę różnych teorii rozwoju turystyki, diagnozę stanu obecnego, jak i omówienie najważniejszych wyzwań i zagrożeń przed jakimi stoi współczesna turystyka.

W rozdziale pierwszym Autor przedstawia nam wielkość i strukturę ruchu turystycznego na świecie oraz wskazuje na jej znaczenie w gospodarce światowej. Wydaje się, że rozdział ten jest jedną z mniej ciekawych części pracy. Jest on napisany zbyt ogólnikowo, a przedstawione analizy mają charakter wybitnie ilościowy. Autor posługuje się przy tym powszechnie znanymi, podstawowymi danymi statystycznymi, dotyczącymi turystyki międzynarodowej, publikowanymi przez Światową Organizację Turystyki (World Tourism Organization — WTO). Potwierdzeniu tezy o dynamicznym rozwoju turystyki (gł. w okre-

sie powojennym) służy wyłącznie argumentacja liczbowa. Autor zaznacza, że podawane cyfry są „frapujące”. Szkoda, że nie odnosi się do kwestii wiarygodności prezentowanych danych statystycznych oraz pomija milczeniem kwestię rozwoju turystyki krajowej.

Dla odmiany rozdział drugi uznać należy za bardzo dobry. Stanowi on chyba najbardziej wartościową część książki. Zaprezentowano w nim rozbudowaną analizę teorii rozwoju turystyki na tle ogólnych ekonomicznych teorii rozwoju. Szczegółowa prezentacja dorobku teoretycznego dotyczącego ewolucji poglądów na temat rozwoju turystyki stanowi znakomity punkt wyjścia do dalszych analiz oraz prób znalezienia odpowiedzi na pytanie — dokąd zmierza współczesna turystyka? Szerszym omówieniem treści zawartych w tym rozdziale zajmiemy się w dalszej części opracowania.

Rozdział trzeci poświęcony jest ogólnym uwarunkowaniom rozwoju turystyki, w tym zwłaszcza najważniejszym zagrożeniom z jakimi turystyce w niedługim czasie przyjdzie się zetknąć. Autor wskazuje na te czynniki, które będą dodatkowo stymulowały rozwój turystyki, jak i na pewne ograniczenia, które mogą doprowadzić do zahamowania dotychczasowego tempa rozwoju zjawiska. W tej części pracy podkreślono wielokierunkowe oddziaływanie turystyki oraz różnorodność skutków jakie ona wywołuje, a także wskazano na ambiwalentny charakter turystyki, co oznacza, że równie dobrze jak korzyści może ona wywoływać także szereg skutków negatywnych, zwłaszcza jeśli rozwija się w sposób niekontrolowany. Autor dostrzega wiele nieprawidłowości w dotychczasowym planowaniu rozwoju turystyki oraz podaje przykłady skutków zaniedbań w tym względzie.

Ten nurt rozważań kontynuowany jest w czwartym i ostatnim rozdziale książki, zatytułowanym „Alternativni turizam, ili alternativa turizmu? (Turystyka alternatywna, czy alternatywa turystyki). Szczególna uwaga została w nim zwrócona na ekologiczne aspekty rozwoju turystyki. Po wprowadzeniu w problem terminologiczne związane z pojęciem tzw. turystyki alternatywnej, Autor — za Jostem Krippendorffem — wskazuje na konieczność nowego spojrzenia na rozwój turystyki oraz sformułowania nowej światowej polityki turystycznej, która opierałaby się na zasadach zrównoważonego rozwoju (Sustainable Development). W ciekawy sposób, na zasadzie przeciwieństw, wskazuje różnice między dotychczasowym (złym — tj. bieżącym i niekontrolowanym, zunifikowanym, masowym, nastawionym na ilość i bierną konsumpcję) oraz postulowanym (dobrym — tj. zorientowanym na przyszłość, planowym, urozmaiconym w formach, nastawionym na jakość i aktywną konsumpcję) rozwojem turystyki, widząc w nim „ratunek” dla samej turystyki oraz wyzwanie dla osób odpowiedzialnych za planowanie jej rozwoju.

B. Vukonic kończy swą książkę podrozdziałem w formie pytania: „Kamo nas svbe to vodi” (Dokąd nas to wszystko prowadzi?). Jednak jak łatwo przewidzieć — na tak postawione pytanie — nie daje nam gotowej odpowiedzi. Wyda-

je się, że ostateczną ocenę obecnej sytuacji oraz przewidywania dotyczące dalszego rozwoju turystyki, Autor pozostawia raczej czytelnikowi, licząc że zasygnalizowane w książce problemy pomogą mu zrozumieć istotę współczesnej turystyki oraz wyzwania jakie przed nią stoją.

Dosyć istotnym mankamentem książki wydaje się być jej konstrukcja oraz układ treści. Dotyczy to zwłaszcza pierwszego rozdziału zatytułowanego „Wprowadzenie w statystykę turystyczną”, w którym Autor „od razu” prezentuje dane statystyczne dotyczące międzynarodowego ruchu turystycznego, szczegółowo omawiając wielkość przyjazdów oraz dochodów i wydatków związanych z turystyką międzynarodową. Dane dotyczą, zarówno poszczególnych regionów turystycznych wyodrębnianych przez WTO, jak krajów dominujących pod względem emisji i recepcji międzynarodowego ruchu turystycznego. Wszystkie dane zawarte są w sześciu tablicach, z których trzy — kończące ten w sumie krótki, bo liczący zaledwie 9 stron rozdział — nie są w ogóle zinterpretowane. Wydaje się, że układ pracy byłby znacznie ciekawszy i bardziej przejrzysty, gdyby Autor najpierw wprowadził czytelnika w podstawową problematykę książki, scharakteryzował omawiane zjawisko, albo na przykład — rozpoczął książkę od omówienia teorii rozwoju turystyki, co zostało zrobione w sposób znakomity i wyczerpujący w rozdziale drugim.

Książka została wydana przez Ekonomski Fakultet Zagreb w 1994 roku. Opracowanie liczy 180 stron, podzielonych na cztery rozdziały. Każdy z nich ma kilka podrozdziałów, stanowiących odrębne zagadnienia — w sumie składające się na dosyć spójny materiał, w którym Autor zawarł wiele ciekawych i cennych, zwłaszcza z teoretycznego punktu widzenia, spostrzeżeń na temat współczesnej turystyki.

Klasyczne teorie rozwoju turystyki

Mianem klasycznych teorii rozwoju turystyki B.Vukonic określił te koncepcje teoretyczne, które zostały sformułowane i opublikowane do momentu zakończenia II wojny światowej, a więc do okresu zarysowania się masowości zjawiska turystyki. Natomiast wszystkie późniejsze poglądy i cały dorobek teoretyczny badań nad turystyką zalicza do teorii współczesnych. Takie rozgraniczenie — zdaniem B.Vukonica — jest w pełni uzasadnione nie tylko tym, że w obu przypadkach poglądy na temat rozwoju turystyki są bardzo odmienne (czy wręcz wychodzą z przeciwnych kierunków), ale także z faktu, „... że klasyczne teorie rozwoju turystyki obejmują dosyć spójny okres w rozwoju myśli turystycznej, w którym dyskutowano w podobny sposób, w większości o tych samych zagadnieniach, a teoretyczne wnioski i uogólnienia są bardzo podobne” [41, s. 24].

Autor ma rację pisząc, że przynajmniej na początku, teoretycy turystyki nie mogą pochwalić się głębszą refleksją nad zjawiskiem turystyki oraz sięganiem po argumenty dostarczane przez teorię makroekonomiczną. Uważa przy tym, że działo się tak głównie ze względu na to, że prekursorzy badań nad turystyką pracowali głównie nad problemami, na które zwracali uwagę praktycy, co powodowało, że „...w istocie autorzy ci, jedynie bardziej konsekwentnie zastosowali metodę naukową prowadzenia badań, metodę naukowego systematyzowania, dokumentacji i uogólniania teoretycznego, podnosząc tym samym całą materię na wyższy, lepszy jakościowo poziom w sensie naukowym i teoretycznym” [41, s. 24].

Według B. Vukonica problematyka turystyczna była obecna już w teorii merkantylnizmu. Powołuje się on na Thomasa Muna (1571—1641), który w jednej ze swych prac [23] zwrócił uwagę, że wydatki osób odwiedzających ówczesną Anglię należy umieścić po stronie aktywnej, natomiast koszty podróży Anglików za granicę, po stronie pasywnej bilansu płatniczego.

Wydaje się, że Autor powinien w tej części pracy zwrócić uwagę na fakt, że problematyka czasu wolnego (w tym podróżowania i turystyki) była dostrzegana i analizowana (oczywiście z różną intensywnością) we wszystkich kolejnych formacjach społecznych. Począwszy od poglądów traktujących ją jako element kultu religijnego, co charakteryzowało gospodarkę feudalną³, poprzez utopijne wizje tzw. „społeczeństwa czasu wolnego” najpierw w okresie Odrodzenia (por. książki „Utopia” — Thomas More i Państwo Słońca — Thomas Campanella), a później w początkach kapitalizmu (por. poglądy socjalistów utopijnych takich jak: R. Owen, Ch. Fourier czy P. Proudhon — uważających, że dopiero dysponowanie przez ludzi czasem wolnym i swobodą podróżowania stanie się warunkiem rozwoju społeczeństw), aż do uczynienia z niej przedmiotu ostrej walki klasowej w końcu XIX i XX wieku.

Zgodzić się jednak trzeba ze stwierdzeniem B. Vukonica, że począwszy od ery merkantylistów aż do końca XIX wieku ewolucja poglądów oraz dorobek teoretyczny na temat turystyki przebiegały bardzo powoli, od podstawowych wyznaczników pojęciowych, poprzez korzyści z turystyki zagranicznej, do problemów statystycznego ujmowania ruchu turystycznego. Problematyka ta dominuje bowiem w pracach takich teoretyków zajmujących się turystyką jak: J. Stradnera, L. Bodio, E. Guyer-Freulera i inni.

W dalszej części pracy Autor zwraca uwagę na fakt, że dwie podstawowe zasady klasycznej teorii makroekonomicznej — prawo rynku Say’a oraz ilościowa teoria pieniądza — nie znalazły większego oddźwięku w pracach ówczesnych teoretyków turystyki. Zarzuca im także zbyt małe zainteresowanie stosunkiem podaży i popytu w turystyce, wskazując w ich teoriach na zasadniczo błędne założenie, mówiące o nieograniczonym popycie turystycznym.

³ Co znajduje wyraz np. w stanowisku tzw. kanonistyki, którzy uważali, że jedynie klasa panująca może korzystać — zgodnie z porządkiem ustalonym przez Boga — z dobrodziejstw czasu wolnego.

Na zakończenie analizy klasycznych teorii rozwoju turystyki Autor stwierdza, że właściwe aż do wybuchu II wojny światowej podstawy teorii turystyki zawierały się w zasadach klasycznej teorii ekonomicznej, czego nie zmieniły nawet rewolucyjne poglądy J. M. Keynesa opublikowane w 1936 roku w książce „Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza” [10], w tym zwłaszcza teza o zwiększeniu konsumpcji, jako podstawowym sposobie wzrostu produkcji, zatrudnienia i w ogóle rozwoju gospodarczego.

Trudno stwierdzić jednoznacznie, na ile poglądy Keynesa wywarły wpływ na dalszy rozwój teorii turystyki oraz na ile teoria turystyki w swej ekonomicznej części korzystała, czy naśladowała założenia jakiegoś teoretycznego kierunku myśli ekonomicznej. Trzeba jednak zauważyć duży wpływ jaki na teoretyków zajmujących się turystyką wywarła neoklasyczna makroekonomia. Ekonomisci neoklasycyści chociaż zwykle zajmują się problemami „krótkookresowymi” (co nieznaczy odpowiada analitykom zajmującym się rozwojem turystyki), zwrócili uwagę na możliwości, jakie daje wzrost zamożności społeczeństwa (najczęściej mierzony poziomem dochodów na głowę mieszkańca), a właśnie na tych poglądach ekonomicznych zbudowana jest duża część podstawowych założeń teoretycznych ekonomiki turystyki.

Teoria turystyki przyjęła także drugą ważną tezę teoretyków neoklasycznych, mówiącą o tym, że proces wzrostu ekonomicznego (czytaj turystycznego) jest ciągły, stopniowy i harmonijny, a możliwości rozwoju są wspaniałe [41, s. 27]. Przez długi okres poglądy te stanowiły punkt wyjścia do rozważań większości teoretyków zajmujących się badaniem turystyki. Wiązało się to z ich przekonaniem o nieograniczonym popycie. Globalny rozwój turystyki w dużej mierze potwierdzał te poglądy, chociaż wkrótce zauważono, że na poziomie regionalnym teoria ta nie zawsze się sprawdza.

Teoretyków turystyki zawsze interesował problem jak porównywać obszary (i kraje) o różnym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego i różnym poziomie rozwoju turystyki. Zgodnie z założeniami tezy o równowadze gospodarczej, teoretycy turystyki wprowadzili pojęcie równowagi pomiędzy regionami i krajami, przypisując turystyce rolę czynnika wtórnej redystrybucji dochodu narodowego z obszarów lepiej rozwiniętych gospodarczo, do obszarów rozwiniętych gorzej. Wiąże się z tym ważny nurt badań na turystyką, jakim były zagadnienia związane z wpływem turystyki na kształtowanie się bilansu płatniczego. Zagadnienia te koncentrowały uwagę większości teoretyków turystyki w całym okresie międzywojennym (między innymi: L. Voerla, F. Zahna, R. Justa, M. Byschla, M. Kraussa, W. Zollingera, F. Bratscha, B. Stringera).

W okresie międzywojennym pojawia się jednak coraz więcej prac, w których zwracano uwagę na niedostatek dorobku teoretycznego badań nad turystyką oraz pretendujących do sformułowania ogólnej teorii turystyki, zjawiska które — jak pisze B. Vukonic — „... jest coraz bardziej obecne w życiu człowie-

ka, a które wciąż nie ma dostatecznie udokumentowanej własnej podbudowy teoretycznej" [41, s. 27]. Wśród badaczy reprezentujących ten nurt w teorii turystyki Autor wymienia przede wszystkim: we Włoszech — A. Mariotti (który pierwszą pracę poddającą krytycznej analizie stan badań na turystyką opublikował już w 1923 roku), w Niemczech — C. E. Schmidta, R. Glucksmanna, W. Morgenrotha i A. Bormana, we Francji — Ch. Gide, E. Chaix, a w Anglii — F. W. Ogilvie i A. J. Norvala.

Wielu z wymienionych autorów kontynuowało badania po II wojnie światowej, stąd dosyć trudno — ze względu na przyjęte na wstępie stanowisko — zdecydować czy głoszone przez nich poglądy zaklasyfikować do klasycznych, czy też do współczesnych teorii turystyki. Z całą pewnością można się jednak zgodzić z B. Vukonicem, że schyłek okresu nazwanego przez Vukonica „okresem klasycznej teorii turystyki”, cechuje wyraźne ożywienie oraz „powiew” nowych myśli i poglądów na temat podstawowych funkcji i charakterystycznych cech turystyki.

To właśnie wtedy po raz pierwszy wysunięty został interesujący problem ekonomiczny, jakim było osiąganie wyższych cen za te same towary i te same usługi w miejscowościach turystycznych niż w „nieturystycznych”. Na zagadnienie to jako pierwszy zwrócił uwagę M. Troisi, w pracy opublikowanej w 1940 roku, która w rozszerzonej wersji w kolejnym wydaniu zatytułowanym „Teoria oeconomica del turismo e della rendita turistica” stała się jedną z fundamentalnych prac z zakresu teorii turystyki⁴.

Książka M. Troisi, podobnie zresztą jak wiele prac, które dały podstawy teoretyczne współczesnej ekonomice turystyki oraz wyznaczyły kierunki badań na kilkadziesiąt lat, została opublikowana w czasie drugiej wojny światowej, w niezależnej wówczas Szwajcarii. Tam też w 1942 roku została opublikowana praca Waltera Hunzikera i Kurta Krapfa „Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre”, która była punktem zwrotnym w tworzeniu teorii turystyki. Jej oryginalność i zasadnicza wartość polegały na tym, że autorzy bardziej niż w jakiegokolwiek innej wcześniejszej pracy ukazali, jak wyjątkowo silne są związki turystyki z otoczeniem gospodarczym, społecznym i kulturowym (np. handlem, kulturą, religią) oraz polityką ogólną i społeczną. Dopiero po jej opublikowaniu pojawiły się inne prace potwierdzające wcześniejsze tezy ekonomistów o tym, że konsumpcja turystyczna oddziałuje na dużą liczbę różnorodnych gałęzi i sektorów gospodarki. Poglądy te znajdują odzwierciedlenie m.in. w kolejnych pracach W. Hunzikera i K. Krapfa.

W 1943 roku w znakomitej pracy „System i główne problemy nauki o turystyce” W. Hunziker sformułował klasyczną i akceptowaną przez większość ekonomistów do dzisiaj, definicję turystyki mówiącą o tym, że stanowi ona „... zespół stosunków i zjawisk wynikających z podróży i pobytu osób przyjezd-

⁴ Praca ta została przetłumaczona także na język polski i opublikowana w 1963 roku [39].

nych, o ile nie następuje w związku z tym osiedlenie się i podjęcie pracy zarobkowej" [9], a także określił ogólny zakres i zadania nauki o turystyce. Natomiast K. Krapf w pracy „Od empirii do teorii ruchu turystycznego” [11] dokonał oceny dotychczasowego dorobku teoretycznego oraz wskazał potrzebę wyodrębnienia nowej dziedziny badań oraz sformułowania ogólnej teorii turystyki. Praca ta została dosyć szybko przetłumaczona na język polski i opublikowana w 1957 roku, w pierwszym polskim czasopiśmie naukowym, jakim był „Ruch Turystyczny”, wydawany przez Szkołę Główną Planowania i Statystyki w Warszawie.

Obaj klasycy teorii turystyki, wspólnie bądź pojedynczo, napisali kilkadziesiąt prac naukowych, z których równie wysoko jak opisane dotychczas, należy ocenić publikacje dotyczące wyjaśniania wpływu turystyki na bilans płatniczy. W dyskusji na ten temat szczególnie interesujące są poglądy K. Krapfa, który zajmował się głównie aspektami ekonomicznymi rozwoju turystyki. W wielu autorów to właśnie jemu przypisuje najoryginalniejsze założenia w teorii turystyki dotyczące cech ekonomicznych turystyki, teorii konsumpcji turystycznej, czy też ukazania gospodarczych konsekwencji konsumpcji turystycznej. W. Hunziker zajmował się przede wszystkim uwarunkowaniami rozwoju turystyki, jej ewolucją oraz przemianami jakie dokonywały się zarówno w obrębie turystyki samej (np. problemem turystyki socjalnej), jak i jej wpływem na inne dziedziny życia społecznego i gospodarczego.

Specyfika dawnych krajów socjalistycznych

W dalszej części pracy Autor zwraca uwagę na fakt, że po drugiej wojnie światowej kierunki badań oraz poglądy teoretyczne na rozwój turystyki inaczej rozwijały się w krajach socjalistycznych oraz krajach kapitalistycznych.

Teoria socjalistyczna, oparta na założeniach K. Marksa, przeciwstawiła się poglądom J. M. Keynesa i całej ekonomii burżuazyjnej. Zarzucała klasykom głównie to, że nie wykazywali oni obiektywnych prawidłowości w rozwoju stosunków społecznych, w tym zwłaszcza decydującej roli poziomu rozwoju produkcji materialnej. Marksistowska teoria tłumaczy rozwój jako efekt procesów dialektycznych, polegających na powstawaniu i zanikaniu sprzeczności, których pierwotnym, stale powtarzającym się bodźcem jest wzajemne oddziaływanie człowieka i otaczającego go świata materialnego [por. 15, s. 48—70]. Według koncepcji Marksa stan sił wytwórczych jest główną determinantą rozwoju i kształtu stosunków społeczno-ekonomicznych. Do pojęcia cyklicznego rozwoju w kapitalizmie K. Marks wprowadził teorię kryzysu, jako immanentną cechę systemu kapitalistycznego. Jednocześnie przeciwstawił mu teorię o społecznie planowanej kontroli procesu produkcji i skierowania go ku potrzebom społecznym. Ta, oparta na zasadzie stabilnego rozwoju, teoria przerodziła się

z czasem w teorię socjalistycznej industrializacji oraz teorię szybszego rozwoju sektora pierwszego (środki produkcji) od sektora drugiego (środki konsumpcji). W takiej postaci stała się podstawową zasadą rozwoju produkcji materialnej w gospodarce socjalistycznej.

W konsekwencji takiego podejścia, we wszystkich krajach byłego bloku socjalistycznego nie tylko nie preferowano rozwoju sfery usług, ale również nie doceniano jej znaczenia i roli jaką winna pełnić w skali całej gospodarki. Większość ekonomistów z tzw. dawnych krajów socjalistycznych (m. in.: A. Kornak, R. Peretiatkowicz, O. Rogalewski, J. Kruczała, G. Gołembski, J. Kaspar, J. Czwegledi, J. Vajda, J. Fluch, R. Aroch, M. Polaccek, A. Guerguiew, A. Godau) podchodziła do swych rozważań o turystyce z pozycji pomieszczanych założeń teoretycznych ekonomii klasycznej oraz marksistowskich teorii gospodarczego i społecznego rozwoju. Charakterystyczne jest to, że bez szczególnego zasadzania się na marksistowskich założeniach rozwoju, w większości popierali oni rozwój turystyki zagranicznej, co stało w zasadniczej sprzeczności z polityką zamkniętego rynku. Stanowisko to nie bardzo podobało się ówczesnym politykom, którzy podnosili kwestię zagrożenia jakie niesie ze sobą popieranie rozwoju turystyki zagranicznej (np. penetracja szpiegowska, serwilizm krajowej ludności itp.). Dotyczy to zwłaszcza dawnego Związku Radzieckiego, ale także krajów, które stały się ortodoksyjnymi spadkobiercami teorii marksistowskiej (np. NRD, Albania, Kuba, Chiny). Choć może się to wydawać nieprawdopodobne, w niektórych krajach, przez kilkadziesiąt lat, polityka miała decydujący wpływ na rozwój nauki, w tym także teorii turystyki.

Szerzej wątek ten Autor rozważa przy analizie działalności naukowej i dorobku chorwackich teoretyków turystyki. Twierdzi przy tym, że oprócz wysuwania na czoło argumentów i poglądów jakie do teoretycznego dorobku z zakresu turystyki wniosła keynesowska teoria ekonomiczna, musieli oni w swych poglądach uwzględniać podstawowe kanony teorii marksistowskiej, które „... umożliwiły autorom przetrwanie w społeczno politycznym i gospodarczym środowisku socjalistyczno — samorządowym” [41, s. 47].

W większości chorwackich prac z tego okresu myśl teoretyczna ukierunkowana była na konsumpcję turystyczną, zgodnie z popularną wówczas tezą mówiącą o tym, że turystyka „... jest kategorią konsumpcji, z zasady nie stwarzającą nowych wartości, jedynie w pierwszym rzędzie dającą możliwość konsumowania wartości stworzonych przez inne dziedziny” [41, s. 48]. Pogląd taki reprezentował także znany w Polsce z publikacji (m. in. w „Problemach Turystyki”) S. Markowic, który — według B. Vukonica — w swych licznych pracach, zwłaszcza w książce napisanej wspólnie z żoną „Ekonomika turystyki” (1972) dał teoretyczne podstawy prawie wszystkim chorwackim pracom związanym z ekonomicznymi problemami turystyki.

B. Vukonic podkreśla dużą rolę, jaką w rozwoju teorii turystyki w Chorwacji odegrał D. Alfier, który głosił potrzebę wielowymiarowej analizy rozwoju turystyki, w tym zwłaszcza konieczność uwzględniania problemów ekologicznych w analizach dotyczących różnych aspektów turystyki (np. przy zagospodarowaniu wybrzeża Adriatyku). W opinii Autora, zarówno S. Markowic, jak i D. Alfier wnieśli szczególnie duży wkład w dorobek teoretyczny dotyczący turystycznych aspektów planowania przestrzennego. Vukonic pisze, że „... usiłując wprowadzić także współczesne teorie z zachodnich systemów ekonomicznych i gospodarki rynkowej, bardzo często sięgali oni do obcych wzorów teoretycznych (...)”. Dotyczy to nie tylko metodologii, którą przyjmowali w swoich badaniach, ale i samego procesu planowania, a szczególnie treści planów, które były pod silnym wpływem otoczenia społeczno-politycznego” [41, s. 49].

B. Vukonic uważa, że w chorwackiej myśli teoretycznej, wcześniej niż w innych dawnych krajach socjalistycznych, dostrzegano rolę rynku w kształtowaniu gospodarki turystycznej. Już w pracach cytowanych autorów (D. Alfiera i S. Markowica) znajdujemy charakterystykę stosunków podaży i popytu w turystyce. Zwłaszcza w późniejszych pracach tego ostatniego znaleźć można stwierdzenia, że praktyka turystyczna przyswoiła sobie cechy rynkowe, co nierzadko było poza kontekstem stanowisk marksistowskich. Na podstawową rolę rynku jako czynnika wyznaczającego stosunki handlowe w turystyce w swych licznych pracach, zwłaszcza w ostatnim okresie, zwracali uwagę m. in. I. Franjevic, A. Kobasic, A. Radnic, J. Senecic, B. Vukonic i S. Weber.

W swojej książce B. Vukonic wyraża pogląd, że chorwacką myśl teoretyczną znacznie zubożyła mała liczba polemik naukowych. Jednej z przyczyn tego stanu rzeczy upatruje on w monopolu państwa na teoretyczną (i każdą inną) prawdę, co powodowało, że polemiki najczęściej dotyczyły stanowisk i poglądów reprezentowanych przez autorów z innych systemów politycznych i gospodarczych. Drugą przyczyną było bardzo wąskie grono naukowców, którzy zajmowali się badaniem turystyki oraz fakt, że wszyscy w zasadzie dobrze się znali, często spotykali, a nawet pracowali w tych samych miejscach.

Zdaniem B. Vukonica swoistą monotonię w tym względzie naruszał wyraznie Ivan Antunac, który swoimi częstymi rozprawami oraz oryginalnym myśleniem usiłował rozbić skostniałość rodzimych (chorwackich) teoretyków turystyki. Bardzo oryginalne poglądy tego autora dotyczyły problemów definicji turystyki, natury przedsiębiorstwa turystycznego czy niektórych powszechnie akceptowanych poglądów W. Hunzikera. Najciekawszą i najbardziej wartościową polemiką I. Antunaca była krytyka teorii mnożnika turystycznego H. G. Clementa (opublikowana także w Polsce choć w jęz. angielskim w „Problemach Turystyki”). Antunac poddał generalnej krytyce większość założeń całej koncepcji teoretycznej oraz rzetelność wyników badań i obliczeń Clementa. Stwierdził on, że praktyczne zastosowanie metody oraz możliwości obliczania wyda-

ności moltiplikatywnej na podstawie dodatkowego popytu napotykają na szereg ograniczeń. Ze stanowiskiem Antunaca zgadza się A. Dulcic, który przeprowadził analizy metodą Clementa w mniejszych turystycznych jednostkach przestrzennych.

Podsumowując poglądy oraz dorobek teoretyków chorwackich B. Vukonic zwraca uwagę, że w ostatnim okresie pojawia się coraz więcej prac, które analizują turystykę w szerszym kontekście, z punktu widzenia społeczno-kulturowych skutków jej rozwoju. Charakterystyczne przy tym jest to, że najpierw problemami takimi zajmowali się ekonomiści (I. Antunac, T. Hitrec, M. Dragicevic), a dopiero ostatnio zajmują się tym także socjologowie. Świadczyć o tym może choćby książka B. Jokic „Turizam u sociokulturoloskoj peresektivi”, wydana — podobnie jak książka B. Vukonica — przez Ekonomski Fakultet Zagreb w 1994 roku.

Współczesne teorie rozwoju turystyki

Pisząc o współczesnych teoriach rozwoju turystyki B. Vukonic miał na myśli te koncepcje teoretyczne rozwoju turystyki, które pojawiły się i zostały opublikowane po II wojnie światowej, w tym zwłaszcza po 1950 roku, kiedy to — jego zdaniem — „... turystyka jako fenomen oraz zjawisko naukowo-teoretyczne zyskała prawo obywatelstwa na obszarze całego świata” [41, s. 29]. Autor zauważa, że w pierwszym okresie po wojnie zarówno praktycy, jak i teoretycy ekonomii zajmowali się przede wszystkim sanacją gospodarczą i odbudową uszkodzonych lub całkowicie zniszczonych sektorów gospodarczych, wobec czego problemy teorii rozwoju turystyki — z małymi wyjątkami — zeszły na dalszy plan.

Współczesne teorie próbujące wyjaśnić genezę i rozwój turystyki pojawiły się w naukowej literaturze turystycznej dopiero na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Jako punkt wyjścia analiz rozwoju turystyki posłużyły teoretyczne rozważania W. W. Rostowa [30] nad ogólnym rozwojem gospodarczym oraz ewolucją konsumpcji. B. Vukonic przytacza kilka prac teoretycznych mających na celu charakterystykę poszczególnych faz rozwoju turystyki, między innymi: J. M. Thurot [38], który wyróżnił trzy fazy rozwoju turystyki oraz J. M. Miosseca [22], który wyodrębnił i scharakteryzował pięć faz jej rozwoju.

W późniejszym okresie opublikowano jeszcze wiele prac na ten temat. Do najciekawszych zaliczyć należy poglądy R. W. Butlera [3] oraz E. Gormsena [7], którzy wyróżnili po sześć faz rozwojowych turystyki oraz interesującą koncepcję U. Schlemke i R. Stewinga [32], którzy w jednej ze swych prac utożsamiają poszczególne etapy rozwoju turystyki z pięcioma fazami rozwojowymi W. Rostowa. Według nich począwszy od pierwszej fazy tzw. „społeczeństwa tradycyjnego”, kiedy jedynie elita miała możliwość podróżowania, a skończywszy na fazie tzw. „wielkiej konsumpcji masowej”, następował stały proces włączania się do konsumpcji turystycznej coraz to nowych grup społecznych.

Uzupełniając poglądy zawarte w książce B. Vukonicza można dodać, że w polskiej literaturze turystycznej najczęściej wyróżnia się trzy zasadnicze etapy w rozwoju turystyki. Punktem wyjścia analiz jest ewolucja konsumpcji, w której zazwyczaj wyodrębnia się cztery zasadnicze stadia jej rozwoju: fazę ilościową, substytucyjną, jakościową i kreatywną. Wydaje się, że dla rozwoju turystyki zasadnicze znaczenie mają trzy ostatnie fazy. W trzecim stadium (faza substytucyjna) — oprócz zastępowania konsumowanych dotąd dóbr i usług doskonalszymi substytutami — następuje wzbogacenie dotychczasowych potrzeb o potrzeby nowe, wśród których pojawiają się potrzeby turystyczne. Etap ten — uważany za pierwszą fazę rozwoju turystyki — kończy okres tzw. turystyki klas uprzywilejowanych, trwający do połowy XIX wieku. Kolejna faza rozwoju konsumpcji (jakościowa), w której ma miejsce przechodzenie do wyższych form spożycia, łączy się okresem umasowienia turystyki. Trwa ona od drugiej połowy XIX wieku do wybuchu drugiej wojny światowej i odpowiada drugiemu etapowi rozwoju turystyki. Ostatnie stadium rozwoju konsumpcji (faza kreatywna), cechujące się przechodzeniem od biernej do aktywnej konsumpcji, odpowiada trzeciemu etapowi w rozwoju turystyki — turystyce współczesnej, tj. okresowi od zakończenia drugiej wojny światowej do tej pory.

Rozważania na ten temat warto także uzupełnić o poglądy Josepha W. M. van Doorna. Twierdzi on, że ewolucji turystyki nie można rozpatrywać poza kontekstem różnych stadiów rozwoju osiągniętego przez poszczególne kraje. Inaczej rozwija się bowiem turystyka w krajach rozwiniętych, a inaczej w krajach o niskim poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego. Autor twierdzi, że „... badania nad turystyką są zawieszone w próżni jeśli nie uwzględniają stadiów rozwoju badanych krajów. Co więcej — badania porównawcze powinny także uwzględniać stadia rozwoju turystyki” [40]. Zasadniczo wyróżnia on trzy stadia rozwoju turystyki. Pierwsze stadium to „odkrycie”, kiedy to nowe tereny są odkrywane przez globtroterów. Stadium drugie to „lokalny odzew i inicjatywa”, gdzie zaopatrzenie pochodzi głównie z zasobów lokalnych, a decyzje dotyczące turystyki podejmowane są przez władze lokalne. W trzecim stadium — którym jest „instytucjonalizacja” — kontrola decyzyjna i rozwój turystyki są wyjmowane spod gestii społeczności lokalnej i przejmowane są przez władzę regionalną lub państwową [40, s. 5]. J. W. M. van Doorn łączy podaną przez siebie typologię etapów rozwoju turystyki z typologią turystów E. Cohena twierdząc, że globtroterzy należą wyłącznie do pierwszego stadium, podróżnicy-badacze oraz część indywidualnej turystyki masowej do stadium drugiego, podczas gdy zorganizowana turystyka masowa należy wyłącznie do stadium trzeciego.

Po tych uzupełnieniach wracamy do poglądów B. Vukonica. W dalszej części swej książki Autor zwraca uwagę na fakt, że duże znaczenie dla teorii rozwoju turystyki miały prace tych autorów, którzy swój punkt wyjścia do analiz lokowali poza sferą turystyki. Ich dorobek zalicza do tzw. nurtu dyfuzyjnego

badan nad rozwojem turystyki. Do nurtu tego zalicza między innymi W. Christallera i S. C. Ploga, T. L. Hillsa, J. Lundgren, T. Hoivika, T. Heiberga, W. Husbandsa i S. Brittona. Większość z nich za główne kryterium poznawcze uznawała przestrzeń, a znaczna część ich prac dotyczy rozwoju turystyki w krajach rozwijających się.

Autor twierdzi, że na podstawie założeń teoretycznych zawartych w pracach reprezentantów tego nurtu badań, liczni późniejsi teoretycy turystyki tworzyli nowe prace, wnosząc oryginalne i świeże spojrzenie na rozwój turystyki, a zwłaszcza starali się w nich odpowiedzieć na pytanie — na ile turystyka może przysłużyć się ogólnemu rozwojowi gospodarczemu?

Keynesowski „bieg okrężny” dotyczący aktywności ekonomicznej w gospodarce rynkowej — w odniesieniu do czterech centralnych instytucji, tj.: producentów, rynku, instytucji finansowych i gospodarstw domowych — posłużył teoretykom turystyki do określenia „biegu okrężnego w strukturze turystyki”. Jednak zasadniczo nie uwzględniał on specyfiki turystyki. A turystyka jest niewątpliwie specyficzną dziedziną dla zastosowania teorii rozwoju, głównie ze względu na zasadniczo różne interesy i cele, jakie przyświecają krajom emisji i krajom recepcji ruchu turystycznego.

B. Vukonic zwraca uwagę na bardzo istotny fakt, jakim był coraz większy wpływ postępu wiedzy ekonomicznej na rozwój „teoretycznej myśli o turystyce” [41, s. 31]. Jednym z ważniejszych nurtów badań są analizy współzależności różnych rynków i sektorów gospodarki oraz współzależności cen i produkcji różnych dóbr i usług [31]. Już prace amerykańskiego ekonomisty V. Leontiefa — który pierwszy sformułował zasady analizy międzysektorowej gospodarki narodowej, stosując przy tym oryginalny sposób matematyczny programowania linearnego (1941), pozwoliły stworzyć możliwości projektowania rozwoju turystyki w sposób dotąd niedostępny innymi metodami. Badania współzależności oddziaływania różnych gałęzi gospodarki na zasadzie „input — output”, potwierdziły wcześniejsze poglądy teoretyków turystyki, że zjawisko to sprzyja rozwojowi innych sektorów gospodarki.

Na wzrost znaczenia w projektowaniu rozwoju gospodarczego bardzo duży wpływ miała „teoria multiplikatora konsumpcji turystycznej”, (nazywana także „teorią mnożnika turystycznego”), sformułowana przez H. C. Clementa [4]. Teoria ta — podobnie jak teoria mnożnika zagranicznego — będąc bardzo uproszczonym obrazem wielce złożonej rzeczywistości gospodarczej, wywodzi się z opracowanej przez J. Keynesa i jego następców (R. Kahna, F. Metzlera, A. Nurkse, K. Kurihara) tzw. teorii mnożnika inwestycyjnego. Badania przeprowadzone przez H. C. Clementa w krajach Wschodniej Azji i Pacyfiku pozwoliły mu na zbudowanie modelu obiegu wydatków turystycznych oraz wyliczenie, że 1 USD wydany przez turystę zagranicznego, w ciągu jednego roku wywołuje aktywność ekonomiczną w odwiedzanym kraju równą 3,27 USD. Zja-

wisko to Clement nazwał „multiplier effect” — efektem mnożnikowym. Stwierdził jednocześnie, że pieniądź wpuszczony do obiegu gospodarczego wykonuje w nim 13–14 cykli okrężnych (transakcji), oraz że w trakcie tego krążenia następuje tzw. wyciek (leakage) pieniędzy, który jest związany z importem, inwestycjami, oszczędzaniem itp.

Teoria ta wywołała żywą reakcję teoretyków turystyki na całym świecie. Część z nich poddała ją ostrej krytyce, zarzucając Clementowi i jego naśladowcom złą interpretację mnożnika Keynesa oraz to, że nie wzięli pod uwagę specyfiki terenu badań (m. in. K. Levitt i I. Gulati, J. Bryden, M. Faber, I. Antunac). Przez innych teoria ta została zaakceptowana lub przyjęta z pewnymi modyfikacjami (m. in. M. Zinder, M. Peters, F. Mitchel), znajdując stałe miejsce w teorii rozwoju turystyki.

Teoria mnożnika turystycznego Clementa znalazła wiele praktycznych zastosowań. Przy opracowywaniu studium rozwoju turystyki we wschodnich Karaibach wykorzystał ją między innymi M. Zinder [42]. Rezultaty jego badań, z jednej strony zafascynowały liczne małe wyspiarskie kraje regionu i przysporzyły mu kolejnych zamówień na podobne projekty, z drugiej zaś spowodowały ostrą krytykę i zarzuty ze strony niektórych ekonomistów, a także sprowokowały kolejne badania prowadzone w różnych krajach (m. in. przez A. Sesse, R. Baretje, P. Deferta, B. Archera).

Współczesna ekonomiczna teoria rozwoju, pod wpływem praktycznych potrzeb wielu krajów słabo rozwiniętych gospodarczo, wykształciła cały nurt badań, za pomocą których próbowano rozwiązać problemy wynikające z bardzo szybkiego rozwoju gospodarczego, w tym zwłaszcza z niekontrolowanego rozwoju turystyki. Dotychczasowe teorie ekonomiczne nie zawsze znajdowały zastosowanie w gospodarkach krajów słabiej rozwiniętych, co wobec powojennego „boomu turystycznego” rodziło wiele problemów natury gospodarczej i społecznej. Sytuacja taka spowodowała wzrost znaczenia badań w krajach słabo rozwiniętych gospodarczo, które znakomicie uzupełniły dorobek teorii turystyki. Zasadnicze treści tego typu rozpraw dotyczyły tworzenia rezerw dewizowych, jako wyrazu siły władz poszczególnych krajów rozwijających się, wydatków budżetowych, ruchów inflacyjnych związanych z rozwojem turystyki oraz kosztów tego rozwoju. Oczywiście problemy te stawiane były w teorii rozwoju turystyki bez względu na część świata i aktualny poziom rozwoju turystycznego poszczególnych krajów. Jednak największe znaczenie ten nurt badań miał dla krajów słabo rozwiniętych gospodarczo, które pragnęły zaktywizować swój rozwój poprzez turystykę.

Pod wpływem ogólnych założeń zakładających, że turystyka jest tym sektorem gospodarki, który szczególnie mocno aktywizuje mało wykorzystywany, naturalny potencjał krajów słabo rozwiniętych, powszechnie uważano ją za szansę rozwoju tych krajów. Teoretycy rozwoju gospodarczego twierdzili, że

nie mogą się one spodziewać wzrostu gospodarczego bez korzystania z istniejących światowych doświadczeń i importu nowoczesnych technologii, co odpowiadało ówczesnym staraniom krajów rozwiniętych, by możliwie najbardziej penetrować rynki dla swoich produktów.

Wkrótce jednak okazało się, że turystyka równie dobrze jak korzyści — może przynosić także dotkliwe straty (i to nie tylko gospodarcze): może także niszczyć środowisko, dezintegrować struktury społeczne, demoralizować młodzież itp. W istocie możliwości destrukcyjne rozwoju turystyki są prawie tak samo duże jak korzyści, które może ona przynosić. B. Vukonic pisze, że „... teoria rozwoju przyniosła krajom rozwijającym się iluzję, która rozwiała się dopiero w latach osiemdziesiątych” [41, s. 36]. Trzeba jednak zauważyć — a nie pisze o tym Autor książki — że na temat niektórych ekonomicznych i społecznych skutków turystyki w krajach rozwijających się pisał już w 1970 roku G. Labeau [14].

Wielkim echem w środowisku teoretyków turystyki odbiły się także dwie inne prace: Georga Younga „Turystyka: błogosławieństwo czy nieszczęście?” [43] oraz Emanuela De Kadta „Turystyka — Paszport do rozwoju?” [5]. Wszystkie te książki ukazały niedoceniany i mało spenetrowany obszar badań nad turystyką.

Niekontrolowany rozwój turystyki szczególnie ostrej krytyce poddawany jest w publikacjach autorów reprezentujących kraje rozwijające się. Jako przykład niech posłużą poglądy E. Hong z Malezji, która pisze, że w wielu krajach turystyka przemieniła narody rolników i rybaków w coś w rodzaju służących, oraz że turystyka jest tylko subtelniejszą, ale groźniejszą formą ich eksploatacji i zdominowania [8].

Na rozwój turystyki, a także na proces badania tego zjawiska bardzo istotny wpływ ma postęp techniczny. We współczesnym świecie jest on przyspieszony i osiąga nie znane wcześniej rozmiary. Jeśli nie adaptuje się nowoczesnych metod, technik i środków działania, zmienia się istotnie możliwość kształtowania wewnętrznych i zewnętrznych stosunków gospodarczych, a to z kolei prowadzi do „rozwojowego zastoju” [por. 41, s. 36].

W połowie lat siedemdziesiątych w teorii turystyki pojawiły się różnorodne metody ekonometryczne, wykorzystywane w prognozowaniu popytu turystycznego. Szczególnie często stosowano modele grawitacyjne oraz wielowariantowe modele regresyjne, zwłaszcza w planowaniu rozwoju miejscowości i regionów turystycznych oraz w opracowywaniu strategii działalności firm turystycznych. Lata osiemdziesiąte to okres ekspansji i poszukiwań przez kraje rozwinięte gospodarczo nowych rynków oraz kształtowania świadomości krajów rozwijających się, które coraz bardziej dostrzegają swój olbrzymi potencjał turystyczny. W takiej sytuacji kilku znanych teoretyków (m. in. D. Pierce, K. G. Debbage i K. H. Din) pokusiło się o generalną rewizję teorii dotyczących rozwoju turystyki i ruchu turystycznego.

Najciekawsze są poglądy Douglasa Pierce'a [26]. Zwrócił on uwagę na nie logiczność dotychczasowych wywodów teoretycznych, które nie brały pod uwagę specyfiki oraz poziomu rozwoju słabiej rozwiniętych — a nawet zacofanych — gospodarczo krajów. Wskazywał przy tym na powstawanie izolowanych od reszty otoczenia turystycznych centrów w krajach trzeciego świata, których w żaden sposób nie da się włączyć w dotychczasowe mechanizmy teoretycznych schematów rozwoju turystyki. To między innymi dzięki niemu współcześni teoretycy turystyki coraz bardziej skłaniają się ku poglądom mówiącym o tym, że rozwój turystyki nie ma jednego wymiaru (zwłaszcza gospodarczego), lecz że nie tylko istnieją, ale wręcz decydują o jego przyszłości różne wymiary tego rozwoju. Poglądy takie są zgodne z teorią faz rozwoju gospodarczego mówiącą o tym, że społeczeństwo podlega ewolucji także w sensie gospodarczym, oraz że ewolucja ta niesie ze sobą także socjalne, społeczne, kulturowe i polityczne konsekwencje, a sektor gospodarczy nie musi być koniecznie dominujący.

Powstające teorie zawsze znajdują się pod znacznym wpływem aktualnych zdarzeń, wynikających z czynników endogennych oddziałujących na sferę rynkową. W okresie recesji gospodarczej lat osiemdziesiątych zjawiskiem, które musiało zostać uwzględnione w pracach dotyczących rozwoju turystyki był wzrost cen towarów i usług związany z kryzysem naftowym. Dlatego też w tezach zachodnich teoretyków rozwoju gospodarczego zawierał się pogląd o wyraźnej przewadze krajów, które osiągnęły już znaczny poziom rozwoju. Odnosiło się to także do turystyki, bowiem kryzys znacznie mocniej był odczuwalny w krajach, które stały dopiero na progu poważnego rozwoju.

Istotnym przedmiotem badań teoretyków turystyki była kwestia protekcjonizmu państwowego, zwłaszcza w międzynarodowych stosunkach gospodarczych. Przykładem może być akt deregulacyjny J. Cartera, który stał się przyczyną dyskusji nad problemami związanymi z liberalizacją handlu międzynarodowego. Wydaje się jednak, że kwestie te dużo większe znaczenie miały dla praktycznej działalności, niż dla teorii turystyki.

Zarówno dla praktyki, jak i dla teorii turystyki zasadnicze znaczenie miało opublikowanie w 1971 roku książki Josta Krippendorfa „Marketing et Tourisme” [13]. Niezwykle interesujący jest przy tym fakt, że bardzo szybki rozwój teorii marketingu oraz jego zastosowanie w praktyce, tak bardzo zmieniły zasady działania nie tylko pojedynczych przedsiębiorstw (w skali mikroekonomicznej), ale miały również ogromny wpływ na kształtowanie stosunków rynkowych w sferze całej gospodarki, w więc i w skali makroekonomicznej. Jedną z podstawowych wartości prac Krippendorfa stanowi pogląd o tym, że najgorszym z możliwych skutków rozwoju turystyki może być tzw. monokultura turystyczna. Jego zdaniem, w ośrodkach turystycznych należy dążyć do gospodarki wielogłęziowej, tzn. w takim samym stopniu jak turystykę

rozвива́ть та́кже ро́лництво, ле́сництво, реме́сло і ре́кодзіе́ло, дро́бны прамы́сл о́раз ца́ла́ сфе́ру услуг по́затуры́стычных. Marketing, któ́ry w sa-mým céntrum zaínte-resowánia lókuje z jédnej stróny konsumenta, z dru-giej zaś pro-duk-t, któ́ry za-spo-ka-ja je-go po-trze-by, ju-ż na sa-my-m po-czątku mu-siał po-sta-wić — nie-zwyk-le istotny dla ca-łej po-lytyki ro-zwo-jo-wej — pro-blem, ja-kim by-ła ro-la wzor-co-we-go pro-duk-tu tu-ry-sztycz-ne-go w kształto-wa-niu sto-sun-ków po-da-ży i po-py-tu na ry-nku tu-ry-sztycz-nym.

Dlatego też dużą rolę w kształtowaniu się poglądów na temat rozwoju turystyki odegrała teoria produktu turystycznego, którą wprowadzili do literatury naukowej Victor T. C. Middleton i S. Medlik [20], a później rozwinęli inni autorzy. Zdaniem B. Vukonica stanowi ona istotny punkt zwrotny w poglądach na temat rozwojowych aspektów rynku turystycznego, w tym zwłaszcza zależności między podażą a popytem turystycznym. Teoria ta zakłada, że turystyka to zbiór rozmaitych aktywności i uwarunkowań, który swój pełny rynkowy sens uzyskuje dopiero poprzez ich syntezę. Wychodząc z założenia, że atrakcyjność turystyczna i przestrzeń, to nierozłączne części składowe produktu turystycznego, musimy dojść do wniosku, że jego rozmieszczenie w przestrzeni, w gruncie rzeczy kształtuje sam produkt.

Nie może zatem dziwić fakt, że problemy przestrzenne w obszarach recepcji ruchu turystycznego stały się ważnym aspektem rozważań teoretycznych. Już w 1979 roku G. Dress wprowadził do terminologii turystycznej pojęcie „sfer oddziaływania turystycznego” [9, s. 189–202], a na przykładzie badań przeprowadzonych na wyspie Bali, opracował „model przestrzenny” rozwoju turystyki w krajach rozwijających się. Zasadnicze jego założenia zostały później zgeneralizowane w całościowej teorii przestrzennego rozwoju turystyki w krajach rozwijających się [41, s. 45].

Istotnym jej elementem jest teoria dyspersji turystycznej, która pozwoliła na określenie modelu turystycznej dystrybucji regionalnej opierającej się na założeniu, że odległość obszarów emisji ruchu turystycznego jest jednym z głównych czynników ograniczających rozwój turystyczny regionów recepcyjnych. Ukazano to zarówno na przykładzie krajów wyspiarskich (od wyspy głównej, z lotniskiem — do pozostałych wysp) jak i krajów kontynentalnych (od stolicy lub obszarów przygranicznych — do obszarów wewnętrznych). Opierając się na poglądach teoretyków zajmujących się koncepcją wielofazowego systemu urbanistyczno-transportowego (w tym między innymi M. D. Meyera i E. J. Millera), wielu teoretyków turystyki starało się wypracować pewne modele możliwe do zastosowania w praktyce turystycznej [21]. Najciekawsze prace na ten temat napisali: R. R. Prudue, L. D. Gutske, Y. Shefti, M. Ben-Akiva, S. R. Lerman oraz M. Kotke. Interdyscyplinarne podejście w badaniach nad turystyką przedstawicieli różnych dyscyplin i nurtów badawczych doprowadziło do określenia tzw. cykli życiowych obszarów recepcji turystycznej oraz teorii saturacji (przeciążonych możliwości) przestrzeni turystycznych.

Integralność przestrzeni i zawartej w niej treści turystycznej oraz opisane wyżej problemy związane z funkcjonowaniem miejscowości i regionów turystycznych stały się podstawą teorii planowania turystycznego. Wyniki badań wykazały, że obszary recepcji ruchu turystycznego znajdują się — w geograficznym i fizycznym sensie — w wielu rozmaitych sytuacjach (uwarunkowaniach), co spowodowało takie ukierunkowanie rozwoju planowania przestrzennego w turystyce, które pozwalałoby każdorazowo wkomponować daną sytuację w uniwersalne modele.

Wychodząc z tego założenia M. Boud-Bovy i F. Lawson [16] przetworzyli poglądy teoretyczne w konkretne parametry i propozycje dla budownictwa turystycznego i zawarli je w metodzie planowania zintegrowanego zwanej PASOLP (Product Analysis Sequence For Outdoor Leisure Planning). Metoda ta zakłada, że planowanie w turystyce musi być zintegrowane z polityką państwa, wszystkimi innymi rodzajami planowania rozwoju społeczno-gospodarczego (transportu, zatrudnienia, edukacji, polityki społecznej itp.), otoczeniem geograficznym, strukturą przemysłu turystycznego itp. Zintegrowane planowanie rozwoju turystycznego warunkuje harmonijny, międzysektorowy, zgodny ze środowiskiem naturalnym i interesami ludności miejscowej rozwój turystyki.

Duży wpływ na teorie rozwoju turystyki miały poglądy socjologów. O niektórych autorach i pracach wspomniano już w tym opracowaniu, pisząc o negatywnych skutkach rozwoju turystyki. B. Vukonic uważa, że ich poglądy zasadniczo wywodzą się z teorii przyczyn zmienności Talkota Parsonsa [25], opartej na dychotomii: racjonalizm-tradycja, co w efekcie nie jest niczym innym, jak anatomią stosunków społeczeństw o różnym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego. W odniesieniu do turystyki — gdzie często bardzo wyraźnie zaznaczają się różnice w poziomie rozwoju gospodarczego, różnice kulturowe, socjalne, światopoglądowe itd. — oznaczało to filozoficzny przełom w ogólnej teorii turystyki [41, s. 42].

Lata dziewięćdziesiąte przyniosły w teorii turystyki jeden nowy kierunek — tzw. sektor formalno-nieformalnej dychotomii. Zwolennicy tej teorii dowodzą, że nie chodzi o żadną nową teorię, lecz o stanowisko, które wyklucza wszystkie dotychczasowe rozważania teoretyczne. Podstawowe założenia tego nurtu opierają się na przeciwstawieniu cech charakterystycznych „formalnego” i „nieformalnego” sektora turystyki. M. Oppermann⁵ usystematyzował ekstremalne bieguny obu sektorów, analizując cechy charakterystyczne (kapitał, technologia, organizacja, własność, ceny, wyposażenie, jakość, reklama, kredyt, obrót, kadry, pomoc rządu, zależność od kapitału zagranicznego) w odniesieniu do każdego z sektorów.

⁵ Oppermann M., *Tourismus in Malaysia: Eine Analyse der räumlichen Strukturen und internationalen Touristenströme unter besonderer Berücksichtigung der entwicklungstheoretischen Problematik*, cyt. za [41, s. 44].

Podsumowując analizę teorii turystycznych należy stwierdzić, że o ile w początkowym okresie dominowała „szkoła europejska”, głównie niemieckojęzyczna grupa naukowców skupiona wokół W. Hunzikera i K. Krapfa, o tyle w ostatnim okresie największy wpływ na teorię turystyki mają publikacje w języku angielskim, w tym zwłaszcza prace teoretyków amerykańskich i kanadyjskich. Ekspansja amerykańskiej myśli teoretycznej oznacza nie tylko przełom w priorytetach badawczych, ale także w metodologii badań, która w dużym stopniu została dostosowana do standardów panujących po drugiej stronie Atlantyku.

Próbując określić główne kierunki zainteresowań współczesnych teoretyków turystyki należy stwierdzić, że koncentrowały się one na zagadnieniach, które można zaliczyć do trzech zasadniczych nurtów: ekonomicznego, planistyczno-przestrzennego i socjologicznego. Rozprawy o globalnych problemach turystyki, z wyraźnym akcentem ekonomicznym, były prezentowane między innymi przez takich autorów jak: D. Lundberg, B. Ritchie, R. McIntosh, C. Goeldner, C. Gee, R. Mill, czy C. Van Doren. Wśród prac dotyczących problematyki marketingu w turystyce wymienić należy tych autorów, którzy wypowiadali się w kategoriach makroekonomicznych, bądź też analizowali związki zachodzące między teorią marketingu a teoriami rozwoju turystyki. Oprócz wspomnianych już S. Medlika i V. T. C. Middletona, można do nich zaliczyć A. Morrisona, C. Holloway, i R. Reilly. Wśród autorów najciekawszych prac planistyczno-przestrzennych wymienić należy: C. A. Guna, C. Kaisera, T. Vara, D. MacCannella, P. Bosselmana, J. Brydena. Natomiast wśród socjologów zajmujących się turystyką, B. Vukonic wymienia E. Cohena, J. Jaffari, V. Smitha, E. de Kadta, G. Younga, L. Turnera, J. Asha, P. Pearce'a. Wydaje się, że do listy tej należy dopisać przynajmniej: M. Boyera, D. Nasha, J. B. Allocka, G. Dana oraz K. Przeclawskiego.

Pisząc o dorobku teoretycznym ostatnich lat B. Vukonic stwierdza, że bez wątpienia największy wpływ na współczesną teorię turystyki, szczególnie teorię rozwoju tego zjawiska, miał cytowany już szwajcarski ekonomista Jost Krippendorff. To właśnie on pierwszy, pod wpływem ukierunkowanych rynkowo założeń teorii ekonomicznej, zwrócił uwagę na potrzebę innego — strategicznego podejścia do rozwoju turystyki. Sformułował i uzasadnił tezę o negatywnych aspektach rozwoju turystyki, tezę o turystyce, jako „pożeraczu natury” oraz wskazał na potrzebę „odkrycia nowych traktów dla podróżującej ludzkości” [41, s. 43].

Autor uważa, że dużą stratą dla środowiska teoretyków turystyki było oficjalne wycofanie się Krippendorffa ze „świata turystyki” i skupienie się na problematyce ochrony środowiska. Wydaje się, że jest to swego rodzaju przesłanie Krippendorffa, który wyznawał zasadę, że aktywność gospodarcza w turystyce znaczy wiele więcej, niż staranne zabiegi o coraz większy wzrost i rozwój, po-

nieważ — jak pisał PH.Schmitz — „... prawdziwie przyznawać prawa człowiekowi oznacza także przyznawać prawa przyrodzie” [33, s. 73]. Nie zawsze dociera do nas (branży turystycznej) opinia Wernera Kampfena, który twierdził, że kapitał może być wiele razy utracony, a następnie odzyskany i pomnożony — natomiast podstawowy surowiec przemysłu turystycznego jakim jest środowisko, raz utracony — jest już bardzo trudny do odzyskania (a jeśli już, to jest to proces tak długi i tak drogi, że prawie nierealny). Wydaje się więc, że ekologia i etyka w działalności gospodarczej będą wyznaczać najważniejsze kierunki badań oraz stanowić główne wyzwanie stojące przed teoretykami rozwoju turystyki.

Theory of Tourism — History and Development Reflection on the Book by B. Vukonic „Turizam ususret budućnosti”

Form many years the academics dealing with theory of tourism have been discussing the role of the science in explaining basic problems of modern tourism. It is said, that understanding mechanisms and rules organising tourism is very important.

Analysis of literature on tourism proves that there are hardly any materials conceiving the area in a complex way and aiming in summing up the results of research on tourism.

Author is trying to review and evaluate different theories concerning the development of tourism and the theories explaining the essence of Phenomenon of the 20th century.

Piśmiennictwo

- [1] Arndt H. W., *Economic development. The history of an idea*, The University of Chicago Press, Chicago 1987.
- [2] Blaug M., *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, PWN, Warszawa, 1994.
- [3] Butler R. W., *The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution. Implications for the Management of Resources*, Canadian Geographer, nr 24, 1980.
- [4] Clement H. C., *The Future of Tourism in the Pacific and Far East*, Washington 1961.
- [5] De Kadt E., *Tourism — Passport to development?*, A Joint World Bank — UNESCO Study, Oxford University Press, 1976.
- [6] Dress G., *Der Tourismus als Entwicklungsfaktor in tropischen Überseeländern, dargestellt am Fall der Insel Bali in Indonesien*, Frankfurter Wirtschafts und Sozialgeographische Schriften, 1979, vol. 30.

- [7] Gormsen E., *The Spatio-Temporal Development of International Tourism*, Centre des Etudes du Tourisme, Aix-en-Provence, 1981.
- [8] Hong E., *See the Third World While it lasts: The Social Environmental Impact of Tourism with Special Reference to Malaysia*, Consumers Association of Penang, Malaysia 1985.
- [9] Hunziker W., *System und hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre*, St. Gallen, 1943.
- [10] Keynes J. M., *A General Theory of Employment, Interest and Money*, Macmillan, London 1936.
- [11] Krapf K., *Von der Empirie zur Theorie des Fremdenverkehrs*, w: *Jahrbuch fuer Fremdenverkehr*, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut fur Fremdenverkehr München 1952.
- [12] Krasucki Z., *Współczesne teorie rozwoju krajów gospodarczo słabiej rozwiniętych*, Wydawnictwa Uniwersytetu Gdańskiego, 1996.
- [13] Krippendorf J., *Marketing et tourisme*, Herbert Lang & Peter Lang, Berne-Frankfurt 1971.
- [14] Labeau G., *Quelques problèmes économiques et humains de l'implication touristique et hôtelière dans le pays en voie de développement*, w: *The Tourist Review* 1970, nr 1.
- [15] Lange O., *Ekonomia polityczna*, t. I — *Zagadnienia ogólne*, PWN, Warszawa 1967.
- [16] Lawson F., Baud-Bowy M., *Tourism and Recreation Development — A handbook of physical Planning*, The Architectural Press Ltd., CBI, Publishing Co., London-Boston 1977.
- [17] Leszczycki S., *Współczesne zagadnienia turystyki*, *Komunikaty Studium Turystyki*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1937, z. nr 3.
- [18] Liszewski S., *Perspektywy badań naukowych w zakresie turystyki w Polsce w najbliższym dziesięcioleciu*, w: *Problemy Turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa 1994, nr 3, s. 105—111.
- [19] Little I. M. D., *Economic development. Theory, policy, and international relation*. The Twentieth Century Found Inc., New York 1982.
- [20] Medlik S., Middleton V. T. C., *Product Formulation in Tourism*, w: *Tourism and Marketing*, AIEST, Berne 1973, vol. 13.
- [21] Meyer M. D., Miller E. J., *Urban Transportation Planning: A Decision — Oriented Approach*, Mc Graw Hill, New York 1984.
- [22] Miossec J. M., *Elements pour une theorie de l'espace touristique*, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence, 1976.
- [23] Mun T., *England's Treasure by Foreign Trade of our Treasure*, London 1664.
- [24] Orłowski M., *Nauka turystyki czy nauka o turystyce*, *Zeszyty Naukowe*, Instytut Turystyki, Warszawa 1974, nr 1.
- [25] Persons T., *The Social System*, Free Press, Glencoe, 1951.

- [26] Pierce D., *Tourist Development*, Longman, Harlow, 1989.
- [27] Przecławski K., *Badania naukowe nad turystyką w Polsce*, w: *Problemy Turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa 1984, nr 1.
- [28] Rogoziński K., *Wprowadzenie do teorii i badań turystyki*, w: *Nauka Polska*, PAN, 1975, nr 9—10.
- [29] Rostow W. W., *Theorist of economic growth from D.Hume to the present. With the perspective on the next century*, Oxford University Press, 1990.
- [30] Rostow W. W., *The proces of Ekonomik Growth*, Norton, New York 1962.
- [31] Sherman H.J., *Macrodynamic Economics*, Appleton-Century Crofts, New York 1966.
- [32] Schlemke U., Stewing R., *Endogener Tourismus als Gradmesser des Industrialisierungsprozesses in Industrie und Entwicklungslander*, Erdkunde, 1983.
- [33] Schmitz Ph., *Ist die Schopfung noch zu retten?*, Echter, Wurzburg 1985.
- [34] Skalska T., *Rola nauki w wyjaśnianiu najważniejszych zjawisk w turystyce — sondaż opinii ekspertów*, w: *Problemy Turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa 1986, nr 1, s. 12.
- [35] Smith A., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, PWN, Warszawa 1954.
- [36] Sobolski S., *Nauka o turystyce — samodzielną dyscypliną w Polsce Ludowej*, Instytut Turystyki, Warszawa 1973.
- [37] Theuns L., *Priorytety w badaniach turystycznych. Przegląd opinii ekspertów, ze szczególnym uwzględnieniem krajów rozwijających się*, w: *Problemy Turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa 1986, nr 1.
- [38] Thurot J. M., *Le Tourisme Tropical Balneaire: Le model caraibe et ses extentiones*, Centre des Etudes du Tourisme, Aix-en-Provence, 1973.
- [39] Troisi M., *Ekonomiczna teoria turystyki i renty turystycznej*, AWF, Warszawa 1963.
- [40] Van Doorn J. W. M. *Czy turystyka rzeczywiście oddziałuje na kraje rozwijające się — kilka uwag krytycznych o badaniach nad oddziaływaniami społeczno-kulturowymi. materiał powielony na Sympozjum na temat badań nad czasem wolnym i turystyką*, 7—8 12.1979, Warszawa 1979, ss. 26.
- [41] Vukonic B., *Turizam ususret buducnosti*, Ekonomski Fakultet, Zagreb 1994.
- [42] Zinder M., *The Future of Tourism on the Eastern Caraibbean*, Checchi & Co, Washington 1961.
- [43] Young G., *Tourism: Blessing or Blight?*, Penguin Books, 1973.

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

DONIESIENIA

POZNAŃSKIE DOŚWIADCZENIA W ZAKRESIE KSZTAŁCENIA W ZAWODACH TURYSTYCZNYCH I HOTELARSKICH

*Ryszard Galecki **

W Akademii Ekonomicznej w Poznaniu specjalizacja w zakresie ekonomiki turystyki prowadzona jest od ponad 30 lat. Są to studia magisterskie, jednolite, aktualnie prowadzone na Wydziale Ekonomii. Specjalizacja wprowadzana jest począwszy od III roku studiów, a corocznie przyjmuje się na nią 15—30 studentów.

Począwszy od 1992 roku w poznańskiej Akademii Ekonomicznej, obok studiów magisterskich w zakresie turystyki, prowadzone są studia zawodowe w zakresie hotelarstwa, a od 1994 roku w zakresie turystyki (obsługi ruchu turystycznego).

Biorąc pod uwagę wskazówki i odpowiedzi gości z krajów Europy Zachodniej, kierownictwo Uczelni postanowiło utworzyć wewnątrz istniejących struktur (na Wydziale Ekonomii i w oparciu o Katedrę Turystyki) wyodrębnioną jednostkę dydaktyczną pod nazwą najpierw Wyższa Szkoła Hotelarska, a później Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa. Inicjatywa ta została zgłoszona do Ministerstwa Edukacji Narodowej, które nie wyraziło sprzeciwu, traktując projekt jako eksperyment. Ostatecznie po dwóch latach przygotowań, studiowaniu zagranicznych planów i programów nauczania oraz krótkich stażach zagranicznych zainaugurowane zostały pierwsze w Polsce wyższe zawodowe studia hotelarskie, a po udanym starcie, również turystyczne.

Studia trwają 6 semestrów i kończą się dyplomem licencjata ekonomii w zakresie hotelarstwa lub turystyki. Ich cechą charakterystyczną jest zbliżony udział czasu zajęć ściśle zawodowych i ogólnych (właściwych dla kierunku eko-

* Katedra Turystyki AE, Poznań, ul. Niepodległości 10.

nomia) oraz, co najważniejsze, niespotykane wysoki udział lektoratów 3 języków obcych, a także praktyk zawodowych odbywanych w czasie wakacji i w trakcie roku akademickiego oraz zajęć terenowych w kraju i za granicą. Spośród przedmiotów zawodowych, dla których zostały opracowane programy dostosowane do specjalności, należy wymienić następujące: poprawne obyczaje zawodowe, polityka personalna z wybranymi elementami prawa prac, obsługa turystów, organizacja żywienia eksploatacja hotelu, systemy rezerwacyjne, geografia turystyczna, socjologia wypoczynku, korespondencja, kontrola jakości żywności, towaroznawstwo, wyposażenia hotelu.

Od początku wprowadzenia studiów zawodowych są one niezwykle popularne wśród kandydatów na studia ekonomiczne, zarówno stacjonarne, jak i zaoczne, mimo że postępowanie kwalifikacyjne jest identyczne jak na studia magisterskie. W pierwszym roku rekrutacji było 4 kandydatów na jedno miejsce (przyjmowaliśmy 30 osób), a w następnych 6—7 kandydatów na 1 miejsce przy przyjmowanych 60 studentach (po 30 na każdą specjalność). Ze względu jednak na duże obciążenia zajęciami i wysokie wymagania (w tym języki obce) sprawność studiów jest raczej niska. W ubiegłym roku opuszczali szkołę pierwsi absolwenci-hotelarze. Było ich jedynie 18. W następnych latach tzw. „odpad” będzie wynosił 40—50%, a na studiach zaocznych około 80%. Ambicją opiekunów szkoły jest jednak utrzymanie wysokiego poziomu kształcenia i wypuszczanie specjalistów bardzo dobrze przygotowanych do zawodu. Dotychczasowe doświadczenia wskazują, że część absolwentów kontynuuje studia magisterskie w trybie zaocznym, a nieliczni, za indywidualną zgodą dziekana, na studiach stacjonarnych. Absolwenci, którzy podjęli pracę zawodową (na ogół wcześniej uzgodnioną w czasie praktyki) otrzymali bardzo wysokie oceny od swych przełożonych, w tym także (a może głównie) ze względu na dobrą znajomość języków obcych.

Na zakończenie naszych refleksji warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden nieprzewidziany aspekt wyodrębnienia jednostki dydaktycznej. Występowanie pod nazwą Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa umożliwiło, a co najmniej ułatwiło, uczestnictwo w programie TEMPUS wraz z uczelniami z: Łotwy, Belgii, Hiszpanii, Portugalii, Niemiec, Wielkiej Brytanii i Grecji. Z tego tytułu wszyscy pracownicy Katedry Turystyki (i kilku innych współpracujących katedr) uczestniczyli w 3 dwutygodniowych seminariach w Brukseli na temat dydaktyki turystycznej i hotelarskiej, 15 studentów odbyło roczne studia w Belgii, Hiszpanii i Portugalii. Ponadto Uczelnia otrzymała pełne wyposażenie laboratorium komputerowego (11 komputerów, 2 drukarki, kserokoparkę, telefax, telewizor, magnetowid, 2 programy hotelowe), ponad 150 woluminów zagranicznej, najnowszej, specjalistycznej literatury oraz środki na opłacenie kilkunastu wykładowców zagranicznych sprowadzonych na wykłady do Poznania. Jednocześnie Szkoła otrzymuje corocznie niemałe środki ze źródeł krajo-

wych na zakup specjalistycznych wydawnictw, w tym prenumeratę czasopism oraz na wydawanie prac pracowników Uczelni o problematyce turystycznej i hotelarskiej.

Jak wynika z przedstawionego przeglądu, inicjatywę powołania przyuczelnianej, wyodrębnionej zawodowej jednostki dydaktycznej można uznać za udaną, a jeśli dalsi absolwenci będą nadal tak pozytywnie oceniani, jak dotychczasowi, to będzie to dla Uczelni macierzystej i jej kierownictwa również źródłem zasłużonej satysfakcji.

Training for Tourism and Hotels Based on Poznań Schools Experiences

In the Poznań University of Economics, beside the for a long time existing master studies in economics of tourism, there has been set up a College of Tourism and Hotel Management. This are professional studies with two specialties: tourism and hotel management, realized on the ground of a special curriculum and an extend training. The previous experiences are right well and the graduates find easily employment.

100

10

100

10

10

10

10

10

RECENZJE

(EKO)TURYSTYKA ZIELONYM RYNKIEM PRACY¹*Anna Nowakowska **

Praca Jolanty Kamienieckiej stanowi przyczynek do wdrażania zasad ekorozwoju w Polsce. Jedną z podstawowych idei pracy jest ukazanie korzyści społecznych i ekonomicznych wynikających z proekologicznej restrukturyzacji sfery gospodarki turystycznej. Wybór tej dziedziny gospodarowania jest celowy i zasadny, przyroda bowiem stanowi dla ogromnej większości wyjazdów turystycznych podstawowy walor. Jednym z zasadniczych warunków turystyki wypoczynkowej jest czyste, nieskażone środowisko naturalne. Jednakże i turystyka, jako sfera działań gospodarczych, powoduje degradację środowiska naturalnego, już to poprzez zachowania samych turystów, stąd też proekologiczny charakter mają tylko szczególne formy turystyki, zwane ekoturystyką.

Autorka tak opisuje to zjawisko: „Turystykę o nastawieniu pro-środowiskowym, dbając o prawidłowy kontakt człowieka z przyrodą, turystykę organizowaną i uprawianą przez zainteresowanych zachowaniem naturalnego krajobrazu w jak najlepszym stanie — niejako dla odróżnienia od negatywnych praktyk — nazywa się ekoturystyką” (s. 10). Przytacza również definicję sformułowaną przez R. G. Healy'a²: „Ekoturystykę można zdefiniować opisowo jako uprawianie wybranych form turystyki związanej ściśle z wykorzystywaniem wybranego szczególnego elementu z przyrodniczych zasobów czy walorów turystycznych” (s. 11).

Kamieniecka próbuje również zdefiniować turystykę proekologiczną... „terminem najszerszym w odniesieniu do turystyki organizowanej i uprawianej w zgodzie z zasadami ekorozwoju jest turystyka proekologiczna, tzn. uznająca prio-

* Instytut Turystyki AWF, Kraków, Al. Jana Pawła II 78.

¹ Jest to praca J. Kamienieckiej, która ukazała się nakładem Instytutu na Rzecz Ekorozwoju, Warszawa 1995, z. 6.

² R. G. Healy, *Economic Considerations in Nature Oriented Tourism*.

rytet praw przyrody nad gospodarczą działalnością człowieka przy jednoczesnym dążeniu do pełnego wykorzystania zasobów przyrodniczych zgodnie z ich naturalnymi predyspozycjami i bez zachwiania funkcji ekologicznych środowiska" (s. 11).

W dwóch pierwszych wyszczególnionych powyżej sformułowaniach ekoturystyki została określona jedynie strona popytowa. Dla zaspokojenia potrzeb tej formy ruchu turystycznego musi istnieć również strona podażowa, której została poświęcona z kolei ostatnia z przytoczonych definicji. Zresztą w pracy Autorka niejednokrotnie podnosi problem odpowiedniego zagospodarowania, zgodnego z wymogami ekologii. Uważam za dyskusyjny, mało realny bowiem, priorytet praw przyrody nad gospodarczą działalnością człowieka. Wydaje się, że charakter proekologiczny będzie miała działalność gospodarcza o najmniejszym (z możliwych) negatywnym wpływie na środowisko. Również Autorka jest zgodna z takim stanowiskiem, pisze bowiem o turystyce jako dziedzinie wysoce interdyscyplinarnej, stwarzającej „szerokie pole obserwacji i analiz. Ich przedmiotem są uwarunkowania ekorozwoju, a wśród nich szczególnie szanse i bariery realizacji procesu harmonijnego współistnienia człowieka i otaczającej go przyrody, z pełnym, ale zarazem racjonalnym wykorzystywaniem zasobów naturalnych niezbędnych do zaspokojenia potrzeb obecnego i przyszłych pokoleń" (s. 14). Trafne, oddające oba aspekty, jest sformułowanie: „Prowadzone tu rozważania traktują ekoturystykę jako wybraną formę rekreacji, kierunku gospodarowania zasobami środowiska i sferę specyficznych stosunków społecznych określonych proekologicznymi zasadami i celami postępowania" (s. 20). Definicja ta została uzupełniona o „ekologiczne" aspekty społeczne, niezmienne istotne i ważne z punktu widzenia socjologicznego.

Wybierając — jak to już zostało stwierdzone na początku — turystyczną działalność gospodarczą jako pole wdrażania zasad i działań proekologicznych, Autorka za cel opracowania przyjmuje „...próbę określenia wpływu rozwoju ekoturystyki na przekształcenia mentalnościowe, ekonomiczne, prawne i instytucjonalne, pozwalające na proekologiczną restrukturyzację zatrudnienia, zwłaszcza na poziomie lokalnym oraz w odniesieniu do wielkości i struktury rynku pracy regionów turystycznych o wybitnych walorach przyrodniczych" (s. 16). Z tego też względu w opracowaniu znalazły miejsce rozważania dotyczące warunków rozwoju ekoturystyki w obszarach chronionych. Na tych terenach można zaobserwować konflikty wynikające z rozwoju gospodarki turystycznej oraz wymagań ochrony środowiska i zasad ekorozwoju. Konieczne są tu kompromisy prawne, organizacyjne i ekonomiczne.

Autorka traktując ekoturystykę jako stymulator rozwoju stara się ukazać w pracy możliwość przyjaznych środowisku sposobów gospodarowania, wykorzystania walorów naturalnych bez szkody dla zachowania ich funkcji ekologicznych, również i na obszarach chronionych. „Szeroko rozumiany ekorozwój

nie oznacza gospodarki statycznej, powrotu do »opcji zerowych rozwoju«. Oznacza on całościową restrukturyzację gospodarki w taki sposób, aby osiągnąć ekonomiczny dostatek, w tym pełne zatrudnienie, z jednoczesnym ograniczeniem negatywnego wpływu na naturalne zasoby i ekosystemy» (s. 29). Niewątpliwie bardzo trudne jest osiągnięcie takiej struktury gospodarki. Musi to być realizowane poprzez cele etapowe; zróżnicowane indywidualnie dla każdego regionu, gminy, wsi.

Autorka stara się również na przykładach zagranicznych i omawiając możliwości krajowe przedstawić nowe miejsca pracy związane z ekologicznym kierunkiem rozwoju turystyki. Stwierdza jednak, że „Trudno mówić o konieczności wdrażania zasad ekorozwoju w okresie panującego kryzysu na rynku pracy. Ekorozwój jako proces wymaga czasu i wielu dodatkowych wysiłków ukierunkowanych na zmiany sposobów gospodarowania i postaw społecznych człowieka. Ludzie dotknięci bezrobociem lub stojący wobec takiego zagrożenia poszukują źródeł dochodów dla siebie i swojej rodziny, nie dbając o to czy charakter zajęcia zarobkowego sprzyja ochronie środowiska przyrodniczego» (s. 51).

Pogarsza sytuację fakt, że „kształtowaniem zielonego rynku pracy nikt nie jest jeszcze dostatecznie zainteresowany» (s. 55). Niewątpliwie ma Autorka rację stwierdzając: „Instytucje odpowiedzialne za kształtowanie zasobów siły roboczej, kształtujące kadry dla gospodarki narodowej, nie mają ani wyspecjalizowanego, ani zakładanego na przyszłość profilu działalności proekologicznej», „Wszystkie więc resorty, urzędy centralne i regionalne prowadzące politykę społeczną i gospodarczą na różnych szczeblach, powinny stać się, w miarę wdrażania zasad ekorozwoju, faktycznymi uczestnikami procesu kształtowania uwarunkowań sprzyjających powstawaniu proekologicznej struktury rynku pracy w skali państwa i jego poszczególnych regionów» (s. 55).

W szczególności proekologiczną restrukturyzację rynku pracy w turystyce można zrealizować poprzez rozwój ekoturystyki, funkcjonowanie obszarów chronionych — w warunkach współdziałania gmin. „Ekoturystyka jest bowiem ściśle związana z działalnością prowadzoną bezpośrednio w terenie przede wszystkim przez jego mieszkańców»... „W tym przypadku niezwykle cenne jest oddalone i samodzielne — w skali lokalnej — budowanie zarówno nowych ofert turystycznych, jak i poszerzanie rynku pracy zapewniającego realizację proponowanych w regionie usług» (s. 61, 63). W tym przypadku niezbędna jest jednak do tego fachowa kadra. „W przypadku ekoturystyki fachowość oznacza również porównywalny z wiedzą i »kulturą ekologiczną« turystów poziom świadomości ekologicznej jej organizatorów i świadczących usługi. W praktyce ciągle jeszcze kształcenie kadr turystycznych pozostaje poza sferą powszechnej edukacji ekologicznej społeczeństwa»... „Pozostaje problem: jak zmienić programy i system nauczania, by zapewnić przygotowanie zasobów siły roboczej dla turystyki proekologicznej?» (s. 80, 83). Wydaje się, że to pytanie Autorki

winno zostać rozszerzone i dotyczyć systemu nauczania całego społeczeństwa już od najmłodszych lat dla kształtowania w świadomości społecznej ważności ochrony środowiska naturalnego.

W pracy Autorka nie rozstrzyga wszystkich problemów związanych z ekoturystyką i zielonym rynkiem pracy, i pozostawia wiele pytań otwartych. Należy przyznać, że są to generalnie pytania trudne.

Podsumowując Autorka stwierdza: „Ekorozwój jest procesem wyrażającym się proekologicznymi przekształceniami poszczególnych działów gospodarki, tworzeniem się ich nowych form, które respektują wymogi ochrony środowiska i potrzeby ekonomiczne człowieka, w tym: potrzeby wypoczynku i posiadania miejsca pracy”... „W dobie ekorozwoju oraz transformacji ustrojowej i gospodarczej Polski należy tworzyć sprzyjający klimat dla rozwoju ekoturystyki, traktując ją nie tylko jako formę rekreacji, ale jako stymulator rozwoju”... „Z pewnością istnieje potrzeba stworzenia warunków do rozwoju tego nowego kierunku turystyki (przez promowanie nowych form rekreacji) i zmiany charakteru (ekologizację) dotychczasowych kierunków praktyki gospodarki turystycznej (odejście od sztampowych ofert i szkodliwych dla środowiska inwestycji)”... „Pozyskanie społeczeństwa dla tej koncepcji musi uwzględniać argumenty ekonomiczne. Wśród nich naistotniejszym jest jak dotychczas — możliwość znalezienia pracy i uzyskania z niej odpowiednich dochodów”... „Należy rozpatrywać wspólne działania dla ekoturystyki i turystyki wiejskiej — choćby ze względu na te same tereny otwarte, w których się ona realizuje. Ekoturystyka, nawet razem z agroturystyką, to na razie wąski zakres oferty usługowej i działalności gospodarczej na tle szeroko rozwiniętego na świecie przemysłu turystycznego” (s. 86, 88, 93, 95).

Recenzowana praca jest publikacją bardzo potrzebną na rynku wydawniczym. Będąc opracowaniem o charakterze teoretyczno-praktycznym, pozwala na uświadomienie istoty i znaczenia ekoturystyki, a jednocześnie pokazuje realne możliwości realizacji idei ekologicznego działania w sferze gospodarki turystycznej. Ze względu na fakt słabej świadomości społecznej w tej dziedzinie, wszelkie działania w tym zakresie są niezmiernie cenne i ważne.



SPIS TREŚCI

Zygmunt Kruczek, <i>Od Redakcji</i>	3
Zygmunt Kruczek, <i>Kształcenie dla potrzeb turystyki w regionie małopolskim</i>	5
Hanna Borne-Falencik, <i>Losy zawodowe absolwentów średnich szkół hotelarsko — turystycznych w Polsce z lat 1991—1993</i>	17
Paweł Różycki, <i>Analiza czynników determinujących efekty kształcenia studentów AWF na kierunku turystyka</i>	39
Marcjanna Augustyn, <i>Holenderski Instytut Turystyki i Transportu w Bredzie: struktura organizacyjna, program i metody nauczania</i>	49
Marzena Kuczek, <i>Studia z zakresu turystyki na Uniwersytecie w Luton w Wielkiej Brytanii</i>	63
Stanisław Wodejko, <i>Kształcenie kadr dla potrzeb turystyki w Polsce na poziomie akademickim</i>	81
Loretta Neufeldt-Ziemia, Joanna Senyszyn, <i>Produkt turystyczny hoteli „Orbis” — projekt nowej oferty usługowej</i>	89
Wiesław Alejziak, <i>Geneza i rozwój teorii turystyki (refleksje na kanwie książki B. Vukonica „Turizam ususret budućnosti”</i>	99
DONIESIENIA	
Ryszard Gałęcki, <i>Poznańskie doświadczenia w zakresie kształcenia w zawodach turystycznych i hotelarskich</i>	125
RECENZJE	
Anna Nowakowska, <i>(Eko)Turystyka zielonym rynkiem pracy (J. Kamieniecka)</i>	129

