

# Aleksandra Grobelna

---

## Doświadczenie pracy i jego znaczenie dla kształtowania postaw przyszłych kadr obsługi ruchu turystycznego

---

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 2 (34), 343-359

---

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

# DOŚWIADCZENIE PRACY I JEGO ZNACZENIE DLA KSZTAŁTOWANIA POSTAW PRZYSZŁYCH KADR OBSŁUGI RUCHU TURYSTYCZNEGO

ALEKSANDRA GROBELNA

Akademia Morska w Gdyni  
e-mail: aleksandra.grobelna@gmail.com

## SŁOWA KLUCZOWE

studenci turystyki i hotelarstwa, doświadczenie pracy, praktyki zawodowe, uczenie się

## STRESZCZENIE

Wykształcone kadry, które ze swoistą pasją i zaangażowaniem realizują proces usługowy to wiodąca determinanta sukcesu współczesnych firm turystycznych. Szczególnie miejsce w procesie ich kształcenia i przygotowania do obsługi ruchu turystycznego zajmuje praktyka zawodowa, ukazująca faktyczne realia pracy w turystyce, weryfikująca i rozwijająca umiejętności przyszłych kadr. Dobrze zaplanowany i przygotowany proces praktyk stanowi swoiste medium pomiędzy nauką a praktyką gospodarczą, a jego właściwa realizacja może mieć istotne znaczenie zarówno dla postrzegania branży turystycznej jako przyszłego pracodawcy, jak i intencji zatrudnienia w niej po zakończeniu studiów.

Celem niniejszej pracy była próba oceny praktyk studenckich jako formy doświadczenia pracy oraz ukazanie ich znaczenia dla kształtowania postaw przyszłych kadr obsługi ruchu turystycznego wobec pracy. Problemem badawczym było poszukiwanie odpowiedzi na dwa szczegółowe pytania: czy praktyki studenckie tworzą istotną przestrzeń edukacyjną sprzyjającą uczeniu się poprzez zdobywanie doświadczenia pracy; czy doświadczenie to może wpływać na postrzeganie branży i kształtować pozytywne postawy studentów wobec przyszłej pracy w turystyce. Rezultaty badań ukazały, że satysfakcjonujące doświadczenie praktyki może odgrywać ważną rolę zarówno w kształtowaniu pozytywnych postaw studentów wobec przyszłej pracy w branży turystycznej, jak i ich intencji zatrudnienia w niej po zakończeniu studiów. Jednak aby praktyka mogła przynieść założony rezultat, podkreśla się potrzebę ścisłego partnerstwa między uczelniami a podmiotami turystycznymi w zakresie doskonalenia kształcenia praktycznego, co przedstawiono w zaproponowanym w pracy modelu praktyk studenckich.

## Wprowadzenie

Turystyka wydaje się zdobywać rynek dzięki swoim szczególnym cechom – niematerialnym i nieuchwytnym (Marciszewska, 2008, s. 105), które to silnie oddziałują na sferę emocjonalną turystów i ich pozytywne doświadczenia konsumpcji. Mając na względzie fakt, że jakość usług jest punktem wyjścia do uzyskania przez konsumentów (turystów) odpowiedniego poziomu satysfakcji, zaoferowanie im pożądanego poziomu jakości wymaga nie tylko odpowiednich procedur, technik czy czynników wytwórczych, ale także odpowiedniego poziomu kwalifikacji pracowników (Panasiuk, 2006, s. 222). Obsługa ruchu turystycznego zależy więc szczególnie od personelu, którego postawy, zachowania podczas interakcji usługowych stanowią kluczowe dla satysfakcji klienta momenty prawdy. Podkreśla się, że dobrze wykształcone, wyszkolone i entuzjastyczne kadry mają ogromne znaczenie szczególnie tam, gdzie przewaga konkurencyjna zdobywana jest poprzez ludzi (Kusluvan, Kusluvan, 2000, s. 252), tak jak w turystyce, gdzie postrzegana jakość usług w sposób szczególny zależy od pracownika (Lundberg i in., 2009, s. 890).

Mimo że rozwój turystyki stwarza nowe możliwości zatrudnienia (Roney, Öztin, 2007, s. 5), to zdobywanie i utrzymanie wykwalifikowanych kadr staje się poważnym problemem, przed którym stoi współcześnie branża turystyczna (Mohsin i in., s. 49; Richardson, Butler, 2012, s. 262; Wan i in., 2014, s. 1), a wysoce niepokojący jest fakt, że – pomimo wzrostu popytu na specjalistów z zakresu turystyki i hotelarstwa – wielu absolwentów decyduje się odejść od branży, nawet zaraz po zakończeniu studiów (Chen, Shen 2012, s. 37; Lam, Ching, 2007, s. 338; Richardson, 2009, s. 383; Zopiatis, Theocharous, 2013, s. 44), często przechodząc do innych niepowiązanych sektorów (Zopiatis, Theocharous, 2013, s. 44).

Powyższa sytuacja może więc stanowić poważne zagrożenie dla jakości obsługi ruchu turystycznego, stawiając turystykę i hotelarstwo w obliczu poważnych trudności związanych z przyciągnięciem i utrzymaniem wykwalifikowanych kadr. Tym bardziej, że sama natura pracy w branży turystycznej może nie zachęcać studentów do jej rozważania w kontekście podjęcia realizacji długoterminowej kariery (np. Jiang i Tribe, 2009, s. 13).

Dlatego też szczególne miejsce w zwiększaniu zainteresowania branżą turystyczną jako przyszłym miejscem zatrudnienia należy przypisać doświadczeniu pracy, które studenci zdobywają jeszcze na studiach, w tym w formie praktyk zawodowych. Dobrze zaplanowany i przygotowany proces praktyk stanowi pomost pomiędzy nauką a praktyką gospodarczą, a jego właściwa realizacja może mieć istotne znaczenie nie tylko dla procesu kształcenia przyszłych kadr, ale także dla postrzegania przez nich atrakcyjności branży turystycznej jako miejsca pracy i realizacji kariery po zakończeniu studiów.

Pilna potrzeba prowadzenia badań empirycznych w tym zakresie wynika z poniżej zdiagnozowanych luk badawczych:

- a) po pierwsze – chociaż istnieje wiele interesujących prac odnoszących się do problematyki praktyk studenckich, to niewiele z nich bada możliwe czynniki, które mogą wpłynąć na postrzeganie kariery przez studentów i jednocześnie wynikać z praktyk (Kim, Park, 2013, s. 71);

- b) po drugie – wciąż postrzega się pewien niedostatek badań, gdzie szczegółowo dyskutuje się, jak doświadczenie praktyki może wpłynąć na studentów i ich intencje pozostania w branży (Chen, Shen, 2012, s. 31);
- c) po trzecie – rzadko podejmowane są badania nad sprawdzeniem przydatności umiejętności, które zostały nabyte w czasie studiów dla praktyki współpracy z innymi podmiotami (Marciszewska, 2008, s. 101).

Powyższe argumenty sugerują konieczność podejmowania badań naukowych, które prowadziłyby do tworzenia wiedzy zarówno o zjawiskach, jak i procesach oraz zależnościach zachodzących w turystyce z odniesieniem uzyskanych wyników do procesu dydaktycznego (Marciszewska, 2008, s. 104), zwłaszcza jego integralnego komponentu, jakim jest praktyka zawodowa.

Celem niniejszej pracy jest więc próba oceny praktyk studenckich jako formy doświadczenia pracy oraz ukazanie ich znaczenia dla kształtowania postaw przyszłych kadr obsługi ruchu turystycznego wobec pracy w turystyce. Problemem badawczym jest poszukiwanie odpowiedzi na dwa szczegółowe pytania: czy praktyki studenckie tworzą istotną przestrzeń edukacyjną sprzyjającą uczeniu się poprzez zdobywanie doświadczenia pracy oraz czy doświadczenie to może wpływać na postrzeganie branży turystycznej i kształtować pozytywne postawy studentów wobec przyszłej pracy w turystyce.

Zastosowane metody badawcze to krytyczna analiza literatury przedmiotu oraz badania ankietowe przeprowadzone wśród wszystkich studentów specjalności turystyczno-hotelarskiej jednej z trójmiejskich uczelni, którzy zrealizowali proces praktyk studenckich w roku akademickim 2014/2015.

## Współczesne wyzwania stojące przed zasobami ludzkimi w turystyce

Podróże i turystyka (*travel & tourism*) to jeden z największych sektorów gospodarki na całym świecie, oferujący ponad 100 mln miejsc pracy w bezpośrednim zatrudnieniu (Global Talent Trends..., 2015, s. 8). Jak ukazują prognozy Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC), przewiduje się, że sektor ten w ciągu następnej dekady może zapewnić łącznie aż 347 mln miejsc pracy, w tym bezpośrednio w podróżach i turystyce 126 mln (Global Talent Trends..., 2015, s. 6).

Turystyka jest także ważną częścią gospodarki Polski, z zatrudnieniem szacowanym na ok. 760 tys. osób (tj. 4,7% ogółu pracujących), z czego ok. 170–200 tys. osób pracuje w działalności związanej bezpośrednio z zakwaterowaniem oraz usługami gastronomicznymi (Program rozwoju turystyki do 2020 roku, 2015, s. 3).

Jednak, jak alarmuje Raport przygotowany przez Oxford Economics dla Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC) (Global Talent Trends..., 2015), dla większości państw analizowanych w Raporcie, w tym Polski, przewiduje się deficyt talentów w sektorze turystyki i podróży, który oznacza, że w najbliższej dekadzie (2014–2024) przewidywany popyt na zasoby ludzkie będzie rósł znacznie szybciej niż ich przewidywana podaż (Global Talent Trends..., 2015, s. 28). Szczególnie jednak niepokoi prognoza wskazująca, że największy deficyt talentów może dotknąć

przede wszystkim poziom kształcenia uniwersyteckiego w Polsce (Global Talent Trends..., 2015, s. 33).

Powyższe problemy wydają się stanowić istotne wyzwania stojące przed zasobami ludzkimi w turystyce, zwłaszcza w obliczu innych niepokojących zjawisk dotyczących absolwentów uczelni kształcących kadry dla turystyki w Polsce. Należy tu wymienić przynajmniej trzy z nich:

1. Po pierwsze – mniej niż połowa absolwentów uczelni kształcących kadry dla turystyki (45,3%) deklaruje zatrudnienie zgodne z profilem wykształcenia (*Losy absolwentów...*, 2014, s. 137), przy czym jedynie 19,6% z nich uważa swoją pracę za bardzo atrakcyjną, a odsetek ten kształtuje się na poziomie dużo niższym w porównaniu do analogicznych badań z 2010 roku, kiedy to osiągnął poziom 30,7% (*Losy absolwentów...*, 2014, s. 144).
2. Po drugie – wśród wiodących przyczyn podjęcia pracy niezgodnej z przygotowaniem zawodowym wymienia się m.in. pojawiające się okazje do podjęcia innej atrakcyjnej pracy czy satysfakcjonujące zarobki w innej branży (*Losy absolwentów...*, 2014, s. 148). Do intensyfikacji tego zjawiska może przyczynić się również fakt, że programy nauczania z zakresu turystyki i hotelarstwa, rozwijając szereg uniwersalnych umiejętności (*transferable skills*), mogą zwiększać atrakcyjność swoich absolwentów także dla pracodawców z innych sektorów (Richardson, Butler, 2012, s. 273), powodując tym samym tworzenie się silnej konkurencji m.in. ze strony szybko wzrastających branż poszukujących/rekrutujących podobne talenty, ale oferujących np. wyższe zarobki (Global Talent Trends..., 2015, s. 16).
3. Po trzecie – ocena przygotowania do pracy zawodowej, w opinii absolwentów szkół wyższych, wypadła mniej korzystnie w 2014 roku w porównaniu z rokiem 2010 (*Losy absolwentów...*, 2014, s. 111), a odsetek osób, które oceniły przydatność zdobytych umiejętności praktycznych w kategorii „bardzo pozytywnie” spadł o połowę (11%) w porównaniu z rokiem 2010 (22,6%). (*Losy absolwentów...*, 2014, s. 121).

Zauważa się więc pilną potrzebę zapewnienia większej równowagi pomiędzy teorią a praktyką, zmianę tradycyjnego modelu nauczania na bardziej nowoczesny, innowacyjny, interaktywny, a przede wszystkim wrażliwy na potrzeby sektora i do nich dopasowany (Global Talent Trends..., 2015, s. 17). Istotną rolę mogą tu odegrać atrakcyjne programy praktyk oferowane studentom, promujące kierunki i/lub specjalności turystyczne z jednej strony, i rozbudzające zainteresowanie branżą jako miejscem realizacji przyszłej kariery zawodowej z drugiej.

## Znaczenie doświadczenia pracy dla rozwoju przyszłych kadr obsługi ruchu turystycznego

Jakość odgrywa ogromną rolę w nauce i edukacji, a zwłaszcza w procesie kształcenia studentów (Kozioł, 2001, s. 29). W tym kontekście szczególną rolę odgrywa edukacja oparta na doświadczeniu (*experiential education*), która w istotny sposób może zwiększyć efektywność procesu uczenia się. W literaturze anglojęzycznej uczenie się poprzez doświadczenie (*experiential learning*) odzwierciedlone jest poprzez różne sformułowania oddające jego istotę i specyfikę jak np. „window to the real world” czy „bridge to the real world” (Chen, Shen, 2012, s. 30). W szerokim znaczeniu, termin „uczenie się” można postrzegać jako proces, który prowadzi do modyfikacji

zachowania jednostki w wyniku jej uprzednich doświadczeń (Tomaszewski, 1995, s. 98). Dorosły uczy się inaczej niż dziecko, do tego celu wykorzystuje on własne doświadczenie, refleksję, konfrontuje swoją wiedzę z praktyką (Dąbrowska, 2014, s. 202). Podkreśla się, że nauka przez zdobywanie doświadczenia jest niezwykle efektywna (Leary-Joyce, 2007, s. 170). Stąd na szczególną uwagę zasługuje tu koncepcja Davida Kolba *uczenia się przez doświadczenie*, która podkreśla, że najpierw uczącemu się należy stworzyć okazję do bezpośredniego doświadczenia, by mógł on wyciągać z niego wnioski i odnieść do teorii, która pomoże mu je lepiej zrozumieć (Łaguna, 2008, s. 40). Podczas tego rodzaju uczenia się, wiedza teoretyczna nie jest już tak obca/odległa od osobistych doświadczeń, zostaje bowiem odniesiona do tego, w co dana osoba była osobiście zaangażowana (Łaguna, 2008, s. 41). Według Kolba proces uczenia się toczy się w różnych sytuacjach, ale przede wszystkim w interakcji ze środowiskiem (Łaguna, 2008, s. 39).

Pierwszy kontakt (doświadczenie) ze środowiskiem branżowym dla wielu studentów odbywa się często poprzez praktykę studencką (Kuslivan i in., 2003, s. 135), która pełni rolę swoistego pomostu pomiędzy teorią a praktyką (Jiang, Tribe, 2009, s. 13). Literatura przedmiotu definiuje praktykę zawodową jako krótkoterminowe doświadczenie pracy, w czasie którego studenci są szkoleni, a także zyskują doświadczenie zawodowe w określonej dziedzinie bądź wybranej przez siebie przyszłej karierze zawodowej (Zopiatis, Theocharous, 2013, s. 34). Praktyki studenckie stają się, i powinny być, istotną częścią programów nauczania (Beggs i in., 2008, s. 37; Chen i in., 2011, s. 62; Ruhanen i in., 2013, s. 60) i jednym z ważniejszych czynników determinujących jakość kształcenia.

W literaturze anglojęzycznej praktyki określane są m.in. jako *internship placement* (Chen, Shen, 2012, s. 30); *practical work experience, experiential learning activity* (Zopiatis, Theocharous, 2013, s. 34), *supervised work experience* (Solnet i in., 2007, s. 67; Kuslivan i in., 2003, s. 135), *internship* czy *student placements* (Kuslivan i in., 2003, s. 135), a także *practicum* (Busby, Gibson, 2010, s. 4). Praktyki mogą mieć zróżnicowane ramy czasowe (Chen, Shen, 2012, s. 30; Kuslivan i in., 2003, s. 135; Ruhanen i in., 2013, s. 61), mogą być podejmowane w jednym lub kilku miejscach (Ruhanen i in., 2013, s. 61), mogą być płatne lub bezpłatne (Zopiatis, Theocharous, 2013, s. 34). Jednak, pomimo trudności w ich jednoznacznym zdefiniowaniu (Kim, Park, 2013, s. 72), ich wspólnym celem jest zapewnienie doświadczenia, dzięki któremu studenci uczą się specyfiki pracy i szczególnych jej charakterystyk, zdobywając/rozwijając kluczowe umiejętności i specjalistyczną wiedzę związaną z pracą i przyszłą karierą w branży (Chen i in., 2011, s. 63–64). Podkreśla się, że prawdziwe doświadczenie pracy i profesjonalny rozwój studenta, to jedne z najbardziej pozytywnych aspektów praktyk (Beggs i in., 2008, s. 32; Chen i in., 2011, s. 64), które podnoszą wartość absolwentów na rynku pracy i ich dojrzałość (Busby, Gibson, 2010, s. 11), czego dowodzą również wyniki badań empirycznych, ukazujące liczne korzyści płynące z realizacji praktyk, wpływające na rozwój studenta w kontekście jego wiedzy, umiejętności i innych jego charakterystyk (np. Srinivasan, Karmarkar, 2014, s. 106).

Należy więc zauważyć konieczność stałego dążenia do łączenia teorii z praktyką, czemu sprzyjać może odpowiednia organizacja praktyk zawodowych (Winiarski, 2001, s. 45).

## Doświadczenie pracy a postrzeganie branży turystyczno-hotelarskiej – perspektywa praktykanta

Praktyki mogą się okazać kluczowe dla podjęcia decyzji o pracy w branży turystyczno-hotelarskiej po zakończeniu studiów (Kim, Park, 2013, s. 72; Hsu, 2013, s. 182). Udana praktyka może wzmocnić decyzję o przyszłej karierze w branży, negatywne doświadczenia zaś prowadzić do zgoła odmiennych reakcji (na ten temat m.in. Chen, Shen, 2012, s. 30, 31; Hsu, 2013, s. 182; Kuslivan i in., 2003, s. 136).

Przykładowo Zopiatis i Theocharous (2013, s. 44) w swoich badaniach wśród studentów na Cyprze udowodnili, że udane i skutecznie zdobyte doświadczenie podczas praktyk może wzmocnić zamiar praktykanta do kontynuowania kariery w branży hotelarskiej po skończeniu studiów. Również Srinivasan i Karmarkar (2014, s. 105, 112) dowiedli, że większość przebadanych przez nich studentów była zadowolona z praktyk, decydując się na hotelarstwo jako wybraną drogę kariery.

Praktyki mogą jednak nie spełnić oczekiwań studentów, co w swych badaniach ukazali m.in. Lam i Ching (2007, s. 345); ponadto zarówno studenci, jak i branża mogą różnie postrzegać praktyki, w tym m.in. ich cel i rolę, co udowodnili Beggs i in. (2008, s. 34, 37) w swojej pracy. W rezultacie może więc istnieć wiele czynników powodujących, że praktyka będzie prowadziła do negatywnych doświadczeń pracy i postaw studentów względem ich karier w turystyce.

Przykładowo Kuslivan i in. (2003, s. 144) w swoich badaniach wśród studentów turystyki i hotelarstwa z Nevsehir Tourism and Hotel Management College (Erciyes University, Turcja) ukazali, że większość respondentów nie była zadowolona ze swoich praktyk. Co więcej, po ich realizacji myśli i odczucia badanych co do pracy w turystyce zmieniły się u większości w negatywnym kierunku, a chęć podjęcia zatrudnienia w branży spadła (Kuslivan i in., 2003, s. 147). Podobnie Jiang i Tribe (2009, s.13, 16), którzy w rezultatach swoich badań (Chiny) ukazali m.in., że doświadczenie praktycznego szkolenia (*practical training experience*) negatywnie wpłynęło na postawy studentów turystyki wobec ich kariery w branży, którą postrzegają raczej jako miejsce krótkotrwałego zatrudnienia, a nie długoterminowej kariery.

Powyższe rozważania i rezultaty badań ukazują, iż doświadczenia z praktyki mogą wpływać na postawy i intencje studentów wobec ich przyszłej pracy i kariery w turystyce. W tym kontekście, postrzeganie i satysfakcja z praktyk wydają się być czynnikiem krytycznym, który może determinować przyszłe aspiracje zawodowe studentów (Kuslivan i in., 2003, s. 136).

### Metodyka badań

Celem niniejszej pracy jest próba oceny praktyk studenckich jako formy doświadczenia pracy oraz ukazanie ich znaczenia dla kształtowania postaw przyszłych kadr obsługi ruchu turystycznego wobec pracy. Badania przeprowadzono wśród wszystkich studentów specjalności turystyczno-hotelarskiej jednej z trójmiejskich uczelni, którzy zrealizowali proces praktyk studenckich w roku akademickim 2014/2015 (łącznie 34 studentów). Z uwagi na niewielką liczebność celowo wybranej grupy wyników badań nie należy uogólniać.

Badania przeprowadzono metodą ankiety, a wykorzystanym instrumentem pomiaru był kwestionariusz sprawozdania z realizacji praktyki zawodowej wypełniany przez studentów po jej zakończeniu.

W obszarze zainteresowań niniejszych badań była przede wszystkim kompleksowa ocena praktyk zawodowych dokonana przez praktykantów. Studenci określili ogólny poziom swojej satysfakcji z realizacji praktyki zawodowej oraz odnieśli się do kwestii rekomendacji podmiotów, w których realizowali praktykę studencką. Badane zagadnienia oceniali na pięciostopniowej skali, gdzie (1) oznacza poziom bardzo niski, zaś (5) bardzo wysoki.

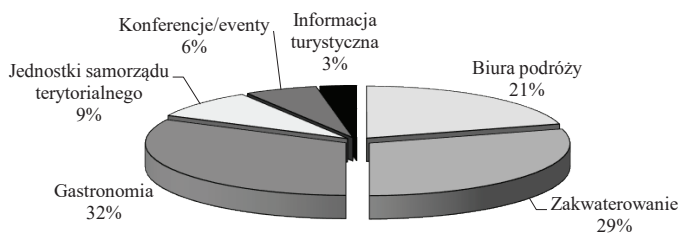
Analizie poddano także dodatkowe pytanie otwarte o uwagi własne/komentarze praktykanta z realizacji praktyki, które pozwoliło zebrać osobiste i wysoce subiektywne doświadczenia studentów z realizacji praktyki zawodowej.

Ostatnia część kwestionariusza służyła zbadaniu postrzegania branży turystycznej przez studentów po realizacji praktyki zawodowej oraz intencji zatrudnienia w niej po zakończeniu studiów.

Celem identyfikacji potencjalnych zależności pomiędzy oceną praktyki w różnych jej aspektach a ogólną satysfakcją z jej realizacji zastosowano współczynniki korelacji r-Pearsona. Przeprowadzono ponadto analizę częstości oraz test niezależności  $\chi^2$  w celu ustalenia istnienia potencjalnego związku między postrzeganiem praktyki a intencją zatrudnienia w branży po zakończeniu studiów.

## Wyniki badań i dyskusja

Spośród wszystkich badanych najczęściej respondentów realizowało praktyki w branży gastronomicznej (11 osób) i podmiotach zakwaterowania turystycznego (10 osób) – rysunek 1. Respondenci wskazali na takie miejsca, jak m.in. restauracje, kawiarnie, podmioty oferujące usługi cateringowe i obsługę bankietów oraz hotele, gospodarstwa agroturystyczne i inne obiekty noclegowe.

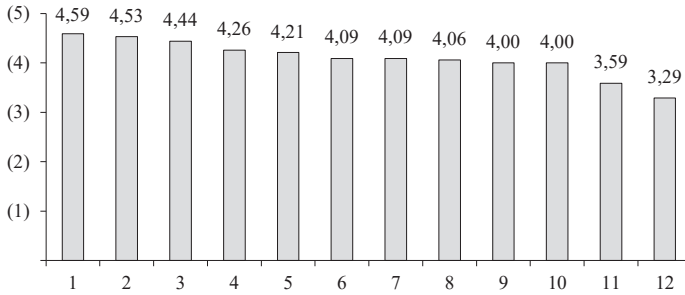


Rysunek 1. Charakterystyka miejsc realizacji praktyki zawodowej

Źródło: opracowanie własne.

Ocenie własnej studentów poddanych zostało 12 zmiennych dotyczących zrealizowanej praktyki i odnoszących się do różnych jej aspektów (rys. 2).





1 – merytoryczne wsparcie ze strony opiekuna praktyki w przedsiębiorstwie; 2 – możliwość zaangażowania w pracę zespołową w przedsiębiorstwie; 3 – poinformowanie o zakresie obowiązków studenta w czasie praktyki zawodowej; 4 – przydatność praktyki w kontekście poszerzenia i rozwoju własnych umiejętności i kompetencji; 5 – przydatność praktyki w zakresie weryfikacji własnych predyspozycji do pracy w zawodzie; 6 – dostęp do informacji związanych z bieżącym funkcjonowaniem przedsiębiorstwa; 7 – przydatność zrealizowanej praktyki w kontekście praktycznego przygotowania do pracy zawodowej; 8 – możliwość samodzielnego rozwiązywania problemów związanych z bieżącą działalnością przedsiębiorstwa; 9 – przydatność praktyki w zakresie poznania realnych uwarunkowań pracy w branży turystyczno-hotelarskiej; 10 – perspektywa dalszego zatrudnienia w przedsiębiorstwie; 11 – możliwość wykorzystania wiedzy zdobytej na studiach; 12 – przydatność praktyki w zakresie zdobycia nowych umiejętności poprzez kursy, szkolenia, treningi oferowane przez praktykodawcę.

Respondenci zaznaczali odpowiedzi na pięciostopniowej skali, gdzie (1) to ocena bardzo niska, (5) ocena bardzo wysoka.

## Rysunek 2. Ocena praktyki studenckiej w opinii badanych

Źródło: opracowanie własne.

Respondenci najwyżej ocenili merytoryczne wsparcie ze strony opiekuna praktyki w przedsiębiorstwie (4,59), akcentując to w swoich komentarzach, jak np. „zawsze serdeczne i merytoryczne wsparcie ze strony opiekuna praktyk w hotelu”, czy „osoby nadzorujące moją pracę były osobami kompetentnymi, które w sposób przejrzysty i dokładny przekazywały mi swoją wiedzę”.

Wysoko oceniono także inne aspekty praktyki, m.in. stworzenie możliwości zaangażowania w pracę zespołową (4,53) czy też możliwości poszerzenia własnych umiejętności i kompetencji (4,26). Respondenci szczególnie docenili wzrost umiejętności w zakresie organizacji pracy i efektywnego zarządzania, pisząc w swoich komentarzach m.in.:

- „Doskonałam umiejętności planowania, organizacji i kontroli własnej pracy oraz komunikacji i współdziałania ze współpracownikami”;
- „Najbardziej zadowolona jestem z tego, że nauczyłam się organizować swoje godziny pracy odpowiednio do powierzonych obowiązków, tak, żeby wykonać je solidnie i na czas”;
- „Praca w hotelu w ramach praktyk dała mi możliwość polepszenia umiejętności organizacji pracy i zarządzania czasem”.

Badani podkreślili również wartość pracy zespołowej, np. „Podczas realizacji praktyk w firmie X<sup>1</sup> nauczyłam się doceniać pracę zespołową, polegać na współpracownikach.”, czy też: „Podczas praktyk nauczyłam się pracy w grupie, zaufania do osób, z którymi się pracuje, jak i wzajemnego polegania na sobie”.

<sup>1</sup> Użycie sformułowania „w podmiocie X” lub zastąpienie nazwy przedsiębiorstwa znakiem X służyło zapewnieniu anonimowości respondentom niniejszych badań.

Niższą ocenę badanych generowały jednak takie aspekty, jak możliwość wykorzystania zdobytej wiedzy (3,59) czy zdobycia nowych umiejętności poprzez kursy/szkolenia oferowane przez praktykodawców (3,29) – rysunek 2.

Powyzsza ocena być może wynika z faktu, iż praktyka trwała stosunkowo krótko (4 tygodnie) i odbywała się głównie w wysokim sezonie (czerwiec–sierpień), kiedy to obsługa ruchu turystycznego ulega istotnej intensyfikacji, co mogło w pewnym stopniu utrudnić poczucie pełnego wdrożenia się i wykorzystania wiedzy w realiach praktyki. Stąd też, być może, pogląd jednego z respondentów, który napisał w swoich komentarzach: „W związku ze stuprocentowym obłożeniem hoteli, a co za tym idzie bardzo dużą ilością pracy zwyczajnie brakuje czasu na wdrażanie i tłumaczenie procedur krok po kroku. (...) Pracownicy w miarę możliwości starali się przydzielać zadania i pokazywać, ale ciężko wygospodarować czas na takie aktywności w czasie sezonu”. W takich warunkach trudno również o dodatkowe aktywności praktykodawcy, jak kursy czy szkolenia. Można by więc zastanowić się nad praktykami, które mogłyby być realizowane częściej w czasie trwania studiów i/lub w innych terminach. Choć z drugiej strony spotyka się i taki pogląd: „Okres wakacyjny był odpowiednim momentem na takie wyzwanie, ponieważ mogłam sprawdzić swoje umiejętności w szybkim działaniu pod presją czasu”; czy też inny komentarz: „Sezon letni (...) dostarczył wiele takich sytuacji (sytuacji trudnych – przyp. autora), ale to właśnie one stanowiły wyzwania, którym musiałam sprostać”.

Literatura przedmiotu podkreśla, że wprowadzając praktyki do programów nauczania, satysfakcja studenta staje się istotnym kryterium oceny (Chen i Shen, 2012, s.30). W niniejszych badaniach studenci zadeklarowali wysoki poziom satysfakcji ze zrealizowanej praktyki zawodowej (4,26), wysoko zarekomendowali też podmioty, które ją oferowały (4,5), pisząc m.in. „Praktyki tego rodzaju i współpracę z przedsiębiorstwem poleciłabym każdemu”. Wyrazem zadowolenia są również komentarze, takie jak: „Po zakończeniu studiów z przyjemnością mogłabym podjąć pracę w podmiocie X” czy „Cieszę się, że praktykę zrealizowałam właśnie w podmiocie X – myślę, że jest to miejsce, gdzie mogłabym pracować w przyszłości”.

Pomiędzy dwiema zmiennymi, tj. satysfakcją praktyki a rekomendacją praktykodawcy, obserwuje się zależność pozytywną i istotną ( $r = 0,805$ ;  $p \leq 0,001$ ), można więc powiedzieć, iż w przypadku niniejszych badań, wzrostowi satysfakcji z praktyki towarzyszy jednocześnie istotny wzrost rekomendacji dla podmiotu, w którym studenci zrealizowali praktykę.

Analizując zależności pomiędzy oceną praktyki studenckiej a satysfakcją z jej realizacji, zauważa się, iż szczególnie silnie i istotnie z poczuciem satysfakcji koreluje postrzeganie przydatności praktyki w zakresie:

- (4) poszerzenia i rozwoju własnych umiejętności i kompetencji ( $r = 0,810$ ;  $p \leq 0,001$ ),
- (7) praktycznego przygotowania do pracy zawodowej ( $r = 0,753$ ;  $p \leq 0,001$ ),
- (11) możliwości wykorzystania wiedzy zdobytej na studiach ( $r = 0,751$ ;  $p \leq 0,001$ ),
- (5) weryfikacji własnych predyspozycji do pracy w zawodzie ( $r = 0,725$ ;  $p \leq 0,001$ ).

Tabela 1. Ocena praktyki studenckiej a satysfakcja z jej realizacji – analiza zależności

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ogólna satysfakcja	Korelacja Pearsona	0,580**	0,383*	0,581**	0,810**	0,725**	0,460**	0,753**	0,512**	0,529**	0,353*	0,751**	0,489**
	Istotność (dwustronna)	0,000	0,025	0,000	0,000	0,000	0,006	0,000	0,002	0,001	0,040	0,000	0,003
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34

\*\* – korelacja istotna na poziomie 0,01 (dwustronnie); \* – korelacja istotna na poziomie 0,05 (dwustronnie).

1 – merytoryczne wsparcie ze strony opiekuna praktyki w przedsiębiorstwie; 2 – możliwość zaangażowania w pracę zespołową w przedsiębiorstwie; 3 – poinformowanie o zakresie obowiązków studenta w czasie praktyki zawodowej; 4 – przydatność praktyki w kontekście poszerzenia i rozwoju własnych umiejętności i kompetencji; 5 – przydatność praktyki w zakresie weryfikacji własnych predyspozycji do pracy w zawodzie; 6 – dostęp do informacji związanych z bieżącym funkcjonowaniem przedsiębiorstwa; 7 – przydatność zrealizowanej praktyki w kontekście praktycznego przygotowania do pracy zawodowej; 8 – możliwość samodzielnego rozwiązywania problemów związanych z bieżącą działalnością przedsiębiorstwa; 9 – przydatność praktyki w zakresie poznania realnych warunków pracy w branży turystyczno-hotelarskiej; 10 – perspektywa dalszego zatrudnienia w przedsiębiorstwie; 11 – możliwość wykorzystania wiedzy zdobytej na studiach; 12 – przydatność praktyki w zakresie zdobycia nowych umiejętności poprzez kursy, szkolenia, treningi oferowane przez praktykodawcę.

Źródło: opracowanie własne.

W odniesieniu do powyższych aspektów, można przywołać niektóre komentarze studentów podkreślające znaczenie praktyk w kontekście stworzenia przez nie sposobności na uzupełnienie/wzbogacenie wiedzy teoretycznej, poprzez doświadczenie, które może pomóc im przygotować się do przyszłej pracy zawodowej, jak np.:

- „Zdobyłam praktyczną wiedzę z zagadnień związanych z kierunkiem moich studiów”;
- „W wyniku przebytych praktyk uzyskałam praktyczną wiedzę dotyczącą pracy w branży hotelarskiej, będącej dopełnieniem teoretycznej wiedzy nabytej na studiach”;
- „Uzupełniłam swoją wiedzę zdobytą podczas edukacji”;
- „Dzięki odbytej praktyce zdobyłam doświadczenie, które będzie przydatne w przyszłości”.

Szczególnie interesujące i ważne jest to, że studenci odwołali się do swoich doświadczeń z bezpośrednich kontaktów usługowych z klientami, pisząc m.in. „Uświadomiłam sobie, że każda praca, w której ma się bezpośredni kontakt z człowiekiem wcale nie jest taka łatwa jak się wydaje, ponieważ każdy jest inny i czego innego oczekuje”. Literatura przedmiotu wyraźnie podkreśla, że najważniejszym działaniem w jakie angażuje się przedsiębiorstwo turystyczne jest moment, w którym dochodzi do interakcji między pracownikiem a klientem (Martin, 2006, s. 23). Relacje z klientami (turystami) stanowią więc integralną część procesu świadczenia, a każda taka interakcja to dla klienta istotny moment będący swoistym ogniwem łańcucha doświadczeń (*Jak zapewnić...*, 2006, s. 15), wpływający na postrzeganą przez niego jakość i odczuwaną satysfakcję. Słuszne jest więc stwierdzenie, że praca w turystyce wymaga nie tylko odpowiedniego wykształcenia, przygotowania, ale także odpowiednich predyspozycji (Kruczek, 2010, s. 9), ważnych tam, gdzie kontakt z drugim człowiekiem jest częsty i intensywny, jak w obsłudze ruchu turystycznego. W tym kontekście praktyka zapewniając faktyczną ekspozycję studentów na bezpośrednie relacje usługowe z różnymi klientami, „niekiedy bardzo wymagającymi i o różnym charakterze” – jak podkreśla jeden ze studentów – powinna dostarczyć im realnych sposobności do weryfikacji własnych umiejętności i indywidualnych predyspozycji.

Dla niektórych studentów bezpośredni kontakt z klientem mógł być jednak szczególnie trudny i wymagający, zwłaszcza w sytuacjach konfliktowych; jak podkreślono w jednym z komentarzy: „Poznanie branży (...) pokazało również niedogodności mające swoje źródło w niecierpliwym/opryskliwym kliencie, który potrafi wylać całą frustrację na niczego winnym pracowniku”. Jednak początkowe trudności, których badani doświadczali, w wielu przypadkach mogły przyczynić się do wypracowania właściwych zachowań w sytuacjach trudnych i nietypowych, wzbogacając tym samym ich umiejętności obsługi. To ogromna wartość praktyki, podkreślana przez studentów w wielu komentarzach, jak np.:

- „Pomimo początkowych trudności relacja z klientem stała się dla mnie przyjemniejsza i pełna wyzwania”;
- „Miałam do czynienia z różnymi sytuacjami, zarówno pozytywnymi jak i negatywnymi – uczyłam się reagować i postępować z klientem w odpowiedni sposób”;
- „Udoskonaliłam umiejętność radzenia sobie z «trudnym klientem» oraz rozwiązywania konfliktów”;
- „Dzięki pracy w podmiocie X zyskałam bardzo duże doświadczenie przy bezpośredniej pracy z klientami, co pozwoliło na nauczenie się odpowiedniego podejścia do klienta”.

Biorąc pod uwagę powyższe, jak podkreślają Ruhanen i in. (2013, s. 61), podczas praktyk studenci doskonaliły swoje umiejętności komunikacyjne, interpersonalne, z zakresu krytycznego myślenia, rozwiązywania problemów i inne, weryfikując tym samym własne predyspozycje do pracy, co zauważa się także w rezultatach niniejszych badań.

Analizując znaczenie praktyki dla postrzegania branży turystyczno-hotelarskiej jako miejsca przyszłej pracy i kariery zawodowej, większość badanych, tj. 19 osób, była zdania, że praktyka pozytywnie wpłynęła na postrzeganie przez nich branży jako potencjalnego pracodawcy, pozostałym studentom trudno było jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie. Większość studentów była również zdecydowana co do chęci podjęcia pracy w turystyce i hotelarstwie po zakończeniu studiów (18 osób), jedynie 2 osoby wskazały na brak takiej intencji, a pozostałym respondentom trudno było zająć jednoznaczne stanowisko w tym względzie.

Warto również zauważyć, że w grupie studentów, którzy zadeklarowali chęć pracy w branży turystyczno-hotelarskiej po zakończeniu studiów, więcej było tych, którzy jednoznacznie stwierdzili, że praktyka zawodowa pozytywnie wpłynęła na ich postrzeganie branży jako potencjalnego pracodawcy. Wyniki przeprowadzonego testu Chi<sup>2</sup> potwierdziły tę zależność jako istotną (przy 10% progu istotności;  $p = 0,09$ ).

Warto w tym miejscu przywołać komentarz jednej ze studentek, która podkreśliła: „Moje wrażenia po odbyciu praktyk są jak najbardziej pozytywne. Zachęciły mnie do tego, abym wiązała swoją przyszłość właśnie z gastronomią”. Inne wyrażone w kwestionariuszu opinie stanowią doskonałe uzupełnienie dla analizowanej powyżej relacji. Można tu wymienić m.in.:

- „Po zakończeniu praktyk uznaję, że chciałabym ukierunkować ścieżkę swojej kariery w stronę hotelarstwa”;
- „Dzięki praktyce wiem, że swoją przyszłość chciałabym związać właśnie z pracą w branży hotelarskiej”.

Podsumowując, praktyka poprzez możliwość doświadczenia realnych sytuacji pracy, to okazja do przetestowania umiejętności, zainteresowań i wyborów zawodowych (Collins 2002, s. 93). Po jej realizacji, jak ukazują Jiang i Tribe (2009, s. 10), studenci lepiej rozumieją branżę turystyczną, mogą dostrzec zalety i pewne ograniczenia związane z realizacją swojej kariery w turystyce. Świadomość tego faktu powinna być kluczowa dla praktykodawców jako przyszłych pracodawców, zwłaszcza obecnie, gdy na rynku mamy do czynienia ze swoistą wojną o talenty, a sukces w rywalizacji o najlepszego pracownika w istotnej mierze zależy będzie od wizerunku firmy jako atrakcyjnego pracodawcy (Czerwińska, 2009, s. 70). Dzięki oferowanym praktykom, firmy sektora turystycznego mają doskonałą sposobność efektywnego promowania siebie jako potencjalnego pracodawcy z jednej strony oraz wyszukania i zatrzymania najlepszych kandydatów z drugiej, co jest obecnie największym wyzwaniem menedżerskim większości firm, zwłaszcza w obliczu deficytu utalentowanych pracowników (Turel, 2009, s. 109), który obserwuje się także w sferze obsługi ruchu turystycznego.

### Implikacje dla edukacji i praktyki

Rezultaty badań pozwalają także na sformułowanie kilku rekomendacji pod rozważę zarówno instytucji edukacyjnych, jak i praktyków branży.

Po pierwsze, studenci przed rozpoczęciem praktyk powinni otrzymać realistyczne i praktyczne informacje o środowisku pracy, by możliwie zredukować ewentualną lukę pomiędzy wyobrażeniami a aktualnymi uwarunkowaniami pracy w branży (Shin i Lee, 2011, s. 143) i uniknąć późniejszych rozczarowań (Kuslivan, Kuslivan, 2000, s. 262). Tym bardziej, że – jak ukazują wyniki badań (np. Kim, Park, 2013, s.75) – mogą wystąpić istotne rozbieżności między wysokimi oczekiwaniami formułowanymi przed realizacją praktyki a rzeczywistym postrzeganiem wybranych czynników kariery po jej zakończeniu. Sytuacja ta w wielu przypadkach może prowadzić do rozczarowań studenta i zmiany zainteresowań branżą jako potencjalnym pracodawcą. Proponuje się więc, aby przedsiębiorstwa i uczelnie nawiązywały wzajemną współpracę, oferując studentom interesujące programy edukacyjne, zrzeczanie się w klubach, staże, przyciągając w ten sposób potencjalnych pracowników (Piotrowska, 2009, s. 89). Ponadto na spotkania organizowane z przyszłymi praktykantami warto zapraszać przedstawicieli różnych sektorów turystyki, oferujących i promujących swoje miejsca praktyk, ale także innych studentów (z wyższych lat), którzy zrealizowali proces praktyki i mogliby podzielić się własnymi doświadczeniami.

Szczególnie ważne jest rozpoznanie, w drodze wywiadów/konsultacji, potrzeb studenta, jego zawodowych zainteresowań, by pomóc mu zrozumieć, jaki rodzaj doświadczenia pracy byłby, w jego indywidualnym przypadku, optymalny w kontekście planowania przyszłej kariery w branży turystycznej. Ważną rolę miałyby tu do spełnienia powołany w tym celu akademicki mentor/konsultant lub/i biuro karier.

Kluczowa jest także ciągła aktualizacja potrzeb przedsiębiorstw turystycznych, by kształcenie praktyczne było dopasowane do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku, a program praktyk optymalnie łączył oczekiwania obu stron – tj. studentów i praktyków.

W kontekście implikacji dla branży turystycznej sugeruje się, by podczas realizacji praktyk zapewnić studentom rotację pracy i możliwość jej doświadczania w różnych departamentach i obszarach funkcjonalnych przedsiębiorstw turystycznych, tak jak napisał jeden z respondentów: „Miałam możliwość sprawdzić siebie w każdym dziale, zweryfikować swoje umiejętności”. Rotacja pracy pozwala także studentom optymalnie czerpać z relacji społecznych i wiedzy wielu współpracowników; ich oddziaływanie jest tu znaczące, zarówno dla procesu uczenia się, jak i pozytywnych wrażeń z praktyki (Chen i Shen, 2012, s. 38), co podkreślają komentarze studentów, jak np. „Poznałam pracowników firmy, którzy udzielali mi wielu cennych wskazówek na temat pracy, za co jestem im bardzo wdzięczna.”; „Wiedza oraz doświadczenie osób tam pracujących wywarły na mnie motywujące wrażenie oraz pozytywne emocje dotyczące branży turystycznej”. Nie dziwi więc fakt, że studenci, którzy doświadczają licznych interakcji społecznych podczas praktyk (ze współpracownikami, zwierzchnikami) mogą być bardziej zainteresowani przyszłą pracą w branży i postrzegać ją bardziej pozytywnie niż inni, co ukazują Kim i Park (2013, s. 76) w rezultatach swoich badań.

Studenci powinni więc mieć sposobność poznania pracy w turystyce z różnych perspektyw, w tym nie tylko stanowisk operacyjnych, ale także, a może przede wszystkim, menedżerskich. Oczekują oni zaufania, autonomii, powierzenia im odpowiedzialnych zadań uczących samodzielności, dających w poczucie wartości i pewności siebie. Praktykanci chcą więc czuć się potrzebni i doceniani, co podkreślają także ich pisemne wypowiedzi, jak np.:

- „Nauczyłam się podejmować samodzielne decyzje, dzięki czemu stałam się bardziej pewna siebie”;
- „Jestem bardzo usatysfakcjonowana, czułam się potrzebna oraz doceniona”.

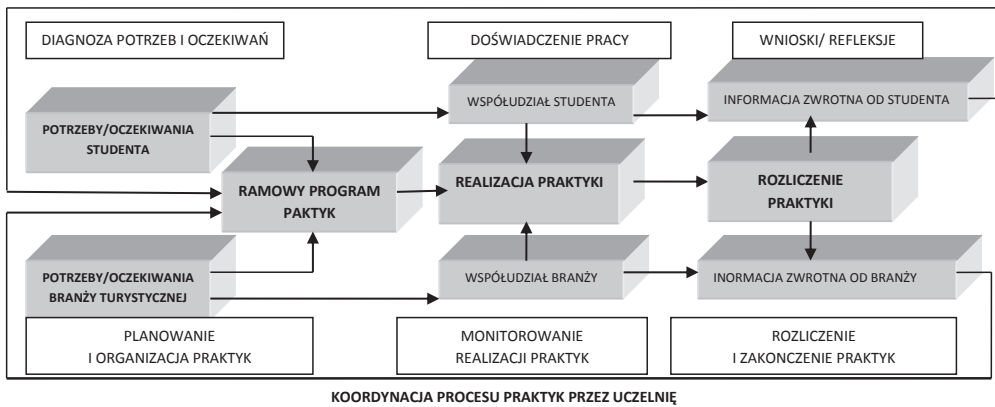
Warto zatem, aby praktycy branży wciąż stymulowali i rozwijali potencjał tkwiący w młodych ludziach, przyszłych wykształconych kadrach sektora turystycznego. Podkreśla się, że studenci turystyki i hotelarstwa to inteligentni pracownicy, charakteryzujący się wysoką elastycznością, którzy wnoszą do pracy szeroki zakres umiejętności i wiedzy, ważnej i użytecznej (Barron, 2007, s. 40).

Prawdą jest jednak, że niezależnie od starań wielu stron, tj. uczelni, branży, opiekunów, sukces praktyk w dużej mierze zależy od nich samych – studentów, którzy będą skłoni otworzyć się na nowe, często nieoczekiwane sytuacje i wyzwania oraz czerpać (uczyć się) możliwie jak najwięcej z doświadczeń, jakich nabywają w – stosunkowo krótkim – czasie praktyk. Niektórzy badani doskonale rozumieli tę sytuację, pisząc: „Starałam się poznać jak najwięcej obowiązków i zadań, jakie należy wykonywać”.

Uwzględniając powyższe rozważania, w niniejszej pracy zaproponowano model praktyk zawodowych będący pochodną trójstronnej kooperacji „EDUKACJA–BRANŻA–STUDENT”, wspierającej tych ostatnich w efektywnym planowaniu przyszłej pracy i kariery zawodowej w turystyce (rys. 3).

Proponowany model uwzględnia fazy organizacji, realizacji i rozliczenia praktyk, z których każda ma istotne znaczenie dla kształtowania właściwych postaw studentów wobec przyszłej pracy i powinna być szczegółowo koordynowana przez uczelnię. Tak postrzegany model ma na celu

optymalizację jakości kształcenia praktycznego, opartego na programie praktyk, który jest stale monitorowany i modyfikowany do zmieniających się potrzeb rynku. Jego ciągła adaptacja wymaga podjęcia przez uczelnię pracy zespołowej zarówno z praktykami branży, jak i studentami, oraz uwzględnienia w tych działaniach informacji zwrotnych otrzymywanych od obu stron, tj. studentów oraz podmiotów oferujących miejsca praktyk.



**Rysunek 3.** Proponowany model praktyki studenckiej

Źródło: opracowanie własne.

W procesie uczenia się szczególnie ważne są refleksje/wnioski studenta płynące ze zrealizowanej praktyki, podczas formułowania których często porządkuje on swoje doświadczenia i uświadamia sobie, co mu się udało podczas realizacji praktyki, a co mógł zrobić lepiej, co stanowi jego mocną stroną jako przyszłego pracownika branży, a co jest dla niego wyzwaniem i wymaga dalszego doskonalenia. Jak podkreślił jeden z respondentów, „Praktyka w biurze podróży X, które jest liderem na rynku polskim i światowym, umożliwiła mi zorientowanie się (...) na czym polega taka praca oraz jakie cele muszą postawić sobie w najbliższym czasie, by udoskonalić moje umiejętności”.

Resumując, proponowany model w swym założeniu powinien zapewnić realizację praktyki będącej swoistą bramą do realnego świata (*gateway to the real world*) (Collins, 2002, s. 93) zapewniającą uczenie się poprzez doświadczenie, które niewątpliwie wpływa na rozwój kompetencji i umiejętności przyszłych kadr sektora turystycznego i powinno skutecznie zachęcać młodych do alokacji swoich zasobów właśnie w turystyce, ukazując walory tej pracy, tak jak ujął to jeden ze studentów po zakończonej praktyce: „Praca w biurze podróży jest ciekawsza i bardziej urozmaicona, niż mogłoby się wydawać”.

Wydaje się więc, że podejmowanie ciągłych inicjatyw badawczych w odniesieniu do procesu praktyk jest uzasadnione i może pomóc w ponownym postrzeganiu branży jako pracodawcy

z wyboru, a nie z konieczności, zwłaszcza w percepcji najmłodszych pokoleń (Zopiatis, Theocharous, 2013, s. 44).

## Podsumowanie

W obliczu stałego wzrostu liczby odwiedzających Polskę turystów, jakość obsługi ruchu turystycznego, która istotnie zależy od wykwalifikowanych kadr, jawi się jako kluczowa zarówno dla satysfakcji odwiedzających, jak i ich pozytywnych rekomendacji Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Należy więc podkreślić, że branża turystyczna, niemal jak żadna inna, zależy od czynnika ludzkiego, stąd wymiar funkcjonalny kontaktu usługowego, jak stosunek do gości, sposób zachowania pracowników czy umiejętności komunikacyjne personelu (Martin, 2006, s. 20) stają się kluczowe dla doświadczeń turystów. W tym świetle praktyka studencka, jako integralny komponent programu nauczania, odgrywa szczególną rolę. W wielu przypadkach pozwala ona studentom, a tym samym przyszłym wykwalifikowanym kadrom, na ocenę możliwości kariery w turystyce, ocenę dopasowania do wymagań rynku pracy, na weryfikację własnych predyspozycji i umiejętności, by ostatecznie z całą pewnością mogli oni powiedzieć to, co zadeklarował jeden z respondentów niniejszych badań: „W przyszłości chciałabym podjąć pracę w tej właśnie branży”.

## Literatura

- Barron, P. (2007). Hospitality and Tourism Students' Part-time Employment: Patterns, Benefits and Recognition, *Journal of Hospitality Leisure Sport and Tourism*, 6 (2), 40–54.
- Beggs, B., Ross, C.M., Goodwin, B. (2008). A Comparison of Student and Practitioner Perspectives of the Travel and Tourism Internship. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 7 (1), 31–39.
- Busby, G.D., Gibson, P. (2010). Tourism and hospitality internship experiences overseas: A British perspective. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 9 (1), 4–12.
- Chen, Ch-T., Hu, J-L., Wang, Ch-C., Chen, Ch-F. (2011). A study of the effects of internship experiences on the behavioural intentions of college students majoring in leisure management in Taiwan. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 10 (2), 61–73.
- Chen, T-L., Shen, C-C. (2012). Today's intern, tomorrow's practitioner? The influence of internship programmes on students' career development in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 11 (1), 29–40.
- Collins, A.B. (2002). Gateway to the real world, industrial training: dilemmas and problems. *Tourism Management*, 23 (1), 93–96.
- Czerwińska, A. (2009). Kampania wizerunkowa McDonald' Polska jako pracodawcy – przemysłany Employer Branding a walka ze stereotypami. W: U. Gołaszewska-Kaczan (red.), *Czas na EB Employer Branding & Corporate Social Responsibility* (s. 65–71), Uniwersytet w Białymstoku, Białystok.
- Dąbrowska, J. (2014). *Employer branding. Marka pracodawcy w praktyce*. Lublin–Warszawa: Słowa i Myśli.
- Global Talent Trends and Issues for the Travel & Tourism Sector* (2015). A report prepared by Oxford Economics for the World Travel & Tourism Council. Pobrano z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy%20research/global%20talent%20trends%20report%20-%20web.pdf> (10.2015).
- Hsu, L. (2013). Work motivation, job burnout, and employment aspiration in hospitality and tourism students – An exploration using the self-determination theory. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 13, 180–189.
- Jak zapewnić znakomitą obsługę klientów* (2006). Kraków: Performance Research Associates, Oficyna Ekonomiczna.



- Jiang, B., Tribe, J. (2009). Tourism jobs – short-lived professions?: Student attitudes towards tourism careers in China. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 8 (1), 4–19.
- Kim, H., Park, E.J. (2013). The role of social experience in undergraduates' career perceptions through internships. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 12 (1), 70–78.
- Koziół, L. (2001). System zapewnienia jakości kształcenia kadr w zakresie turystyki i rekreacji. W: A. Nowakowska (red.), *Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji (materiały pokonferencyjne)*, s. 29–40. Kraków: Instytut Turystyki, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Departament Turystyki, Ministerstwo Gospodarki.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Eren, D. (2003). Undergraduate tourism students' satisfaction with student work experience and its impact on their future career intentions: a case study. W: S. Kusluvan (red.), *Managing employee attitudes and behaviors in the tourism and hospitality industry*, s. 135–151. New York: Nova Publishers.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21, 251–269.
- Łaguna, M. (2008). *Szkolenia*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Lam, T., Ching, L. (2007). An exploratory study of an internship program: The case of Hong Kong students. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 336–351.
- Leary-Joyce, J. (2007). *Budowanie wizerunku pracodawcy z wyboru*. Kraków: Wolters Kluwer Polska.
- Losy absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki* (2014). Ministerstwo Sportu i Turystyki, Active Group. Pobrano z: <http://www.msport.gov.pl/article/praca-badawcza-losy-absolwentow-szkol-i-uczelni-ksztalcacych-kadry-dla-turystyki> (10.2015).
- Lundberg, Ch. Gudmundson, A., Andersson, T.D. (2009). Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism 2009. *Tourism Management*, 30, 890–899.
- Marciszewska, B. (2008). Kształtowanie umiejętności rozwiązywania realnych problemów rynkowych studentów kierunków i specjalności turystycznych. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 19.
- Martin, W.B. (2006). *Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Mohsin, A., Lengler, J. Kumar, B. (2013). Exploring the antecedents of intentions to leave the job: the case of luxury hotel staff. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 48–58.
- Panasiuk, A. (2006). Jakość Obsługi ruchu turystycznego. W: B. Meyer (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Piotrowska, E. (2009). Niestandardowe formy promocji pracodawcy. W: U. Gołaszewska-Kaczan (red.), *Czas na EB. Employer Branding & Corporate Social Responsibility*, s. 81–91. Białystok: Uniwersytet w Białymstoku.
- Program rozwoju turystyki do 2020 roku. Ministerstwo Sportu i Turystyki, Załącznik do uchwały nr 143/2015 Rady Ministrów z dnia 18 sierpnia 2015 r. Pobrano z: <https://bip.msit.gov.pl/bip/projekty-aktow-prawnyc/zakonczony-proces-legi/inne/1599,program-rozwoju-turystyki-do-2020-roku.html?search=571> (10.2015).
- Richardson, S., Butler, G. (2012). Attitudes of Malaysian Tourism and Hospitality Students' towards a Career in the Industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17, 262–276.
- Roney, S.A., Öztin, P. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6 (1), 4–17.
- Ruhanen, L., Robinson, R., Breakey, N. (2013). A tourism immersion internship: Student expectations, experiences and satisfaction. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 13, 60–69.
- Shin, S-H., Lee, T.J. (2011). Degree of motivation of international hospitality students in their work place. *Journal of Hospitality Leisure Sport and Tourism*, 10 (1), 135–144.
- Solnet, D., Robinson, R., Cooper, Ch. (2007). An industry partnerships approach to tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6 (1), 66–70.
- Srinivasan, S., Karmarkar, A. (2014). Changing perception of students towards Hotel Management Course while pursuing the course. *International Journal of Informative & Futuristic Research*, 1 (9), 101–114.
- Tomaszewski, T. (red.) (1995). *Psychologia ogólna. Pamięć, uczenie się, język*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Turel, P. (2009). Wojna o talenty, czyli przyczyny rosnącej roli employer branding w budowaniu strategii personalnej organizacji. W: U. Gołaszewska-Kaczan (red.), *Czas na EB. Employer Branding & Corporate Social Responsibility*, s. 109–116. Białystok: Uniwersytet w Białymstoku.

- Wan, Y.K.P., Wong, I.A., Kong, W.H. (2014). Student career prospect and industry commitment: the roles of industry attitude, perceived social status, and salary expectations. *Tourism Management*, 40, 1–14.
- Winiarski, R. (2001). Sylwetka absolwenta wyższych studiów w zakresie turystyki i rekreacji. W: A. Nowakowska (red.), *Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji (materiały pokonferencyjne)*, s. 41–46. Kraków: Instytut Turystyki, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Departament Turystyki, Ministerstwo Gospodarki.
- Zopiatis, A., Theocharous, A.L. (2013). Revisiting hospitality internship practices: A holistic investigation. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 13, 33–46.

## WORKING EXPERIENCE AND ITS IMPORTANCE IN SHAPING FUTURE TOURIST EMPLOYEES' ATTITUDES

**KEYWORDS** | tourism and hospitality students, working experience, internships, learning

**SUMMARY** | The aim of this study was to evaluate internships as a form of the working experience, and to show their importance in shaping the attitudes and working intentions of tourism and hospitality students, who are perceived as a future and well qualified tourism workforce. The research problem was to find the answers for two specific questions: whether the student internships constitute an important educational space conducive to learning by providing students with real working experience; whether this experience can influence the perception of the industry and shape positive attitudes of students towards their future work in tourism. Research results showed that successful working experience during internships may potentially play an important role in shaping positive attitudes of students towards their future employment in the tourism industry and may contribute to their working intentions in the industry after graduation.