


Marta Sidorkiewicz <https://orcid.org/0000-0001-7559-7794>

Uniwersytet Szczeciński

Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania

Instytut Zarządzania

marta.sidorkiewicz@usz.edu.pl

IDENTYFIKACJA POZIOMU ASPIRACJI STUDENTÓW DO PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W BRANŻY TURYSTYCZNO-REKREACYJNEJ¹

Abstrakt: Celem artykułu, w ujęciu teoretycznym, jest zbadanie aspiracji związanych z przedsiębiorczością wśród studentów. W ujęciu empirycznym za cel postawiono określenie poziomu aspiracji studentów turystyki i rekreacji do przedsiębiorczości w biznesie związanym z ich wykształceniem kierunkowym. Innymi słowy, zamierzeniem autorki jest poznanie skali skłonności studentów do zakładania własnej działalności gospodarczej w branży turystyczno-rekreacyjnej. Na potrzeby realizacji celu opracowania przeprowadzono badania pierwotne metodą ankietową (w badaniach wzięło udział 114 studentów kierunku turystyka i rekreacja). Ponadto wykorzystano metodę badawczą *desk research* w postaci analizy literatury przedmiotu, a także metody operacji logicznych oraz obserwacji (zwłaszcza w odwołaniu do aspektów praktycznych). Wyniki przeprowadzonych badań pokazują, iż poziom aspiracji do przedsiębiorczości wśród badanych studentów jest wysoki. Większość z nich (89%) planuje w przyszłości założyć własną działalność gospodarczą w branży turystyczno-rekreacyjnej (76%), najczęściej w branży noclegowej, organizacji wydarzeń oraz gastronomicznej.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, biznes, turystyka, rekreacja.

1. WSTĘP

Ze względu na niską, tj. kształtującą się na poziomie 5,1%, stopę bezrobocia w Polsce (*Bezrobotni zarejestrowani...*, 2019) współczesny rynek pracy wydaje się atrakcyjny dla potencjalnych pracowników. Taka sytuacja oznacza dużą liczbę ofert pracy, czyli łatwość jej znalezienia z perspektywy osób poszukujących. Analizując jednak dokładnie te oferty, można zauważyć, że ich duża liczba dotyczy stanowisk liniowych, charakteryzujących się stosunkowo niskim wynagrodzeniem. Dotyczy to zwłaszcza branży turystyczno-rekreacyjnej, w której ze względu na usługowy charakter potrzeba dużej liczby osób wykonujących podstawowe czynności. Studenci kierunków związanych z turystyką i rekreacją, kończąc edukację, stają więc zwykle przed dylematem, czy podjąć pracę w przedsiębiorstwie na stanowisku liniowym, kojarzonym z niskimi zarobkami, czy założyć własną działalność gospodarczą, która budzi asocjacje z uznaniem² i szansą na wysoki status materialny.

Celem artykułu, w ujęciu teoretycznym, jest zbadanie aspiracji studentów do przedsiębiorczości. W ujęciu empirycznym za cel postawiono określenie poziomu

aspiracji studentów turystyki i rekreacji do przedsiębiorczości w biznesie związanym z ich wykształceniem kierunkowym. Innymi słowy, zamierzeniem autorki opracowania jest poznanie skali skłonności studentów do zakładania własnej działalności gospodarczej w branży turystyczno-rekreacyjnej. Przyczyną podjęcia tego zagadnienia jest zwrócenie uwagi na brak zarówno cyklicznie prowadzonych, jak i kompleksowych badań dotyczących aspiracji studentów do przedsiębiorczości w obszarze turystyczno-rekreacyjnym, które mogłyby być agregowane w skali kraju, regionu czy uczelni wyższych.

Na potrzeby artykułu przeprowadzono badania pierwotne metodą ankietową, w których wzięli udział studenci kierunku turystyka i rekreacja na byłym Wydziale Zarządzania i Ekonomiki Usług (obecnie Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania) i Wydziale Kultury Fizycznej i Promocji Zdrowia (obecnie Wydział Kultury Fizycznej i Zdrowia) Uniwersytetu Szczecińskiego. Wykorzystano również metodę badawczą *desk research* w postaci analizy literatury przedmiotu dotyczącej zarządzania i ekonomiki turystyki oraz raportów

branżowych z zakresu przedsiębiorczości. Ponadto zastosowano metody operacji logicznych (przede wszystkim dedukcji i indukcji) i obserwacji (zwłaszcza w odniesieniu do aspektów praktycznych).

2. TEORETYCZNE ASPEKTY ASPIRACJI STUDENTÓW DO PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

W tej części opracowania autorka podjęła teoretyczne rozważania na temat aspiracji w zakresie przedsiębiorczości wśród studentów. Z tego też względu omówienia wymagają pojęcia aspiracji i przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem jej podmiotów, czyli studentów.

Aspiracja jest często kojarzona z pragnieniem dotyczącym przyszłości człowieka, z chęcią osiągnięcia zamierzonych celów czy realizacji życiowych ideałów. Zdaniem Kopalińskiego (1989) aspiracja to dążenie do osiągnięcia czegoś, pragnienie dopięcia celu, dobitcia się czegoś. Z kolei Janowski (1977) uważa aspirację za w miarę trwałe i względnie silne życzenia jednostki dotyczące właściwości lub stanów, jakimi ma się charakteryzować jej życie w przyszłości, oraz celów, które będzie chciała wówczas osiągnąć.

Należy podkreślić, że przedsiębiorczość nie jest nowym zjawiskiem, lecz istnieje, odkąd pojawił się człowiek. Niemniej jednak znaczenie tego słowa ewoluowało na przestrzeni lat. Pojęcie przedsiębiorczości jest powszechnie znane i najczęściej potocznie rozumiane jako cecha ludzi energicznych, aktywnych, którzy są gotowi do podejmowania różnorodnych przedsięwzięć (Kowalewski, 2018). Zgodnie z definicjami zamieszczonymi w słownikach języka polskiego przedsiębiorczość to zdolność do bycia przedsiębiorczym, czyli posiadanie ducha inicjatywy, zaradność, rzutkość, chęć do zajmowania się różnymi sprawami i umiejętność ich pomyślnego załatwiania (Doroszewski, 1966; Drabik, Kubiak-Sokół, Sobol, Wiśniakowska, Stankiewicz, 2018).

Przedsiębiorczość, jako pojęcie szeroko obecne w literaturze naukowej, nie jest jednoznacznie definiowana. Wynika to przede wszystkim z perspektywy prowadzonych badań nad przedsiębiorczością, przyjętych przez przedstawicieli różnych nauk, np.:

- ekonomii (w jej obrębie przedsiębiorczość jest traktowana jako funkcja regulacyjna rynku, odzwierciedlona w zdolności przedsiębiorstw do kreatywnej destrukcji, podejmowania ryzyka, wykorzystywania szans rynkowych);
- nauk o zarządzaniu (przedsiębiorczość jest w nich najczęściej uznawana za wykorzystywanie szans przedsiębiorczych w procesie tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstwa);

- socjologii (w której przedsiębiorczość rozpatruje się przez pryzmat społeczno-kulturowych uwarunkowań);
- psychologii (w jej ramach przedsiębiorczość jest analizowana w kontekście cech i charakteru osoby przedsiębiorczej) (Korpysa, 2016).

Jako pierwszy w 1730 r. koncepcję przedsiębiorczości stworzył R. Cantillon, który nazwał tak umiejętność dostrzegania okazji i wykorzystywania szansy, jaką stwarza rynek, w celu osiągnięcia zysku motywującego do dalszego skutecznego działania (Siemieniak, 2010). A. Smith w 1776 r. postrzegał przedsiębiorczość jako działalność osoby, która ma dużą skłonność do oszczędzania i wykorzystywania zaoszczędzonych środków do określonych przedsięwzięć. Około 1800 r. J.B. Say omawiane zagadnienie rozumiał jako zachowanie przedsiębiorcy, które przenosi zasoby z obszaru o niższej wydajności do obszaru o wyższej, dzięki czemu możliwe jest osiągnięcie zysku (Gołębiowski, 2014, za: Mazur, 2015; Piecuch, 2010). Z kolei Schumpeter (1931, za: Wechta, 1997) powiązał pojęcie przedsiębiorczości z innowacyjnością, a więc z działaniem ukierunkowanym na stworzenie nowego produktu lub usługi. Według P. Druckera natomiast przedsiębiorczość jest cechą danej osoby lub instytucji, przy czym nie należy jej ograniczać jedynie do sfery instytucji gospodarczych, „przedsiębiorczość nie jest ani nauką, ani sztuką. Jest praktyką” (Drucker, 1992, za: Gąsiorowska-Mącznik, 2017, s. 392). W tym ujęciu jest to więc filozofia działania ludzi, funkcjonowania przedsiębiorstw, siła sprawcza rozwoju firm, regionów, gospodarek (Piecuch, 2010).

Obecnie w literaturze ekonomicznej przedsiębiorczość najczęściej utożsamiana jest z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej. Dotyczy to zarówno tworzenia małych, rodzinnych firm, jak również średnich przedsiębiorstw (Łochnicka, 2016). Ponadto Siemieniak (2010) określa przedsiębiorczość jako podejmowanie związanego z tym ryzyka w celu uzyskania określonych korzyści, głównie o charakterze materialnym.

Aspiracji w zakresie przedsiębiorczości wśród studentów nie należy mylić z przedsiębiorczością studencką. Ta bowiem jest składową przedsiębiorczości akademickiej (Korpysa, 2016), definiowanej bardzo szeroko jako aktywność biznesowa studentów, absolwentów i pracowników naukowych, polegająca na zakładaniu działalności gospodarczej, tworzeniu firm odpryskowych (ang. *spin-off*), przy braku zaangażowania uczelni w biznes, i oderwanych (ang. *spin-out*), jeśli występuje zaangażowanie uczelni w przedsięwzięcie, lub ewentualnie w ramach „biznesu na próbę” w formule prawnej Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości (Czyżewska, 2018) w celu komercjalizacji wyników badań naukowych (Poznańska, 2014; Tamowicz, 2006).

Przedsiębiorczość akademicka, czy nawet studencka, jest przedmiotem badań wielu naukowców, o czym

świadczą prace m.in. Ćwiek (2019), Kilar i Rachwała (2014), Kunasza (2008), Siemieniak i Rembiasz (2019) czy Wójtowicz (2014). Jednak opracowań dotyczących problematyki przedsiębiorczości wśród studentów w kontekście biznesu turystyczno-rekreacyjnego jest zdecydowanie mniej (Bednarska, Majewska, 2008; Buchta, Skiert, Sikora, 2012).

Kształtowanie aspiracji do przedsiębiorczości wśród studentów na uczelniach wyższych ma pomóc wprowadzić młodych ludzi do społeczeństwa opartego na wiedzy i wszechstronnie przygotować ich do przejawiania aktywności na rynku pracy. Ponadto właściwe zarządzanie wiedzą i umiejętność wykorzystanie zasobów (kapitału) oraz nadarzających się okazji mogą przyczynić się do tworzenia bardziej konkurencyjnego społeczeństwa (Multan, 2015).

Reasumując, na potrzeby niniejszego opracowania, aspiracje studentów do przedsiębiorczości będą rozumiane jako potencjalne (w przyszłości) dążenie studentów w sferze zawodowej do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej.

3. IDENTYFIKACJA BRANŻY TURYSTYCZNO-REKREACYJNEJ

W literaturze naukowej trudno znaleźć definicję biznesu turystycznego czy rekreacyjnego. Używanie przez badaczy w pracach naukowych wskazanych określeń jest raczej intuicyjne. Na potrzeby niniejszego opracowania branża turystyczno-rekreacyjna będzie rozumiana jako obszar działalności przedsiębiorstw świadczących usługi turystyczne i rekreacyjne.

W literaturze przedmiotu z zakresu ekonomiki turystyki można znaleźć wiele definicji usług turystycznych. Według Gaworeckiego (2000) są to wszystkie społecznie pożyteczne czynności służące zaspokojeniu materialnych i niematerialnych (duchowych) potrzeb turystycznych człowieka. Usługi turystyczne wiążą się ze spełnianiem wymagań klientów nie tylko podczas podróży oraz pobytu turystycznego, ale także przed nimi (Kornak, Montygierd-Łoyba, 1985) oraz po nich (Łazarek, 1999), i nie służą bezpośrednio do wytwarzania przedmiotów (Kornak, Montygierd-Łoyba, 1985).

Biorąc pod uwagę przytoczone definicje usług turystycznych, do świadczących je przedsiębiorstw można zaliczyć:

- obiekty noclegowe,
- obiekty gastronomiczne,
- biura podróży,
- podmioty oferujące usługi przewodnickie,
- podmioty oferujące usługi pilotażu,
- podmioty oferujące usługi transportowe,
- podmioty oferujące usługi w zakresie organizacji wydarzeń.

W literaturze naukowej usługi rekreacyjne w porównaniu z usługami turystycznymi są zdecydowanie rzadziej definiowane. Ogólnie można je określić jako użyteczne produkty niematerialne, wykorzystywane w procesie konsumpcji indywidualnej i zbiorowej, zaspokajające potrzeby społeczeństwa w zakresie rekreacji. To wszelkie czynności umożliwiające człowiekowi odnawianie sił fizycznych i psychicznych za pomocą form innych niż wynikające z obowiązków codziennego życia (Panasiuk, 2011).

Biorąc pod uwagę przyjęte rozumienie usług rekreacyjnych, do świadczących je przedsiębiorstw można zaliczyć:

- podmioty oferujące usługi animacji imprez (np. animacje hotelowe, escape roomy itp.; zob. Stasiak, 2016, 2019);
- podmioty świadczące usługi w zakresie rekreacji ruchowej (np. siłownie, szkoły tańca itp.).

Podsumowując rozważania na temat zagadnienia identyfikacji obszaru biznesu turystyczno-rekreacyjnego, należy zaznaczyć, iż wskazane przykłady przedsiębiorstw stanowiły kafeterię odpowiedzi dla respondentów, przy czym badani mieli także możliwość wskazania samodzielnie przedmiotu działalności gospodarczej, która ich zdaniem zalicza się do analizowanego profilu aktywności biznesowej.

4. METODA BADAWCZA

Artykuł został przygotowany na podstawie krytycznej analizy literatury przedmiotu (część teoretyczna) oraz badań ankietowych, przeprowadzonych wśród studentów (część empiryczna). Część empiryczna studiów ma na celu uzyskanie odpowiedzi na pytanie, jaki jest poziom aspiracji w zakresie przedsiębiorczości wśród studentów o profilu turystyczno-rekreacyjnym w obszarze działalności gospodarczej związanej z ich wykształceniem kierunkowym.

Do wzięcia udziału w badaniach zaproszono studentów kierunku turystyka i rekreacja (wszystkich trybów, rodzajów i lat studiów), prowadzonego na byłym Wydziale Zarządzania i Ekonomiki Usług (obecnie Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania) oraz na Wydziale Kultury Fizycznej i Promocji Zdrowia (obecnie Wydział Kultury Fizycznej i Zdrowia) Uniwersytetu Szczecińskiego.

Ankiety przeprowadzono wśród respondentów między 6 kwietnia a 16 maja 2019 r. podczas zajęć dydaktycznych. Badania zostały poprzedzone zapowiedzią ankietera, podczas której przedstawiono ich cel i istotę oraz omówiono, w jaki sposób będą przebiegały.

Na podstawie informacji otrzymanych od kadry dydaktycznej, dotyczących liczby wszystkich studentów na kierunku turystyka i rekreacja, przygotowano

125 kwestionariuszy ankiet. Ostatecznie do analizy przyjęto 114 prawidłowo wypełnionych formularzy, co oznacza, że badaniem objęto 91,2% populacji generalnej.

Kwestionariusz ankiety składał się z pięciu pytań merytorycznych oraz metryczki, która dotyczyła ośmiu aspektów. Dokonano analizy zróżnicowania badanej grupy ze względu na następujące cechy:

- płeć (76,3% kobiet i 23,7% mężczyzn);
- wiek (studenci od 18. do 29. roku życia);
- tryb studiów (93,9% respondentów studiujących w trybie stacjonarnym i 6,1% – w trybie niestacjonarnym);
- stopień studiów (84,2% respondentów odbywających studia I stopnia i 15,8% – II stopnia);
- rok studiów (47,3% respondentów studiujących na I roku; 20,2% – II roku; 16,7% – III roku studiów I stopnia; 15,8% – na I roku i 0% – na II roku studiów II stopnia);
- miejsce zamieszkania (39,5% studentów pochodzących z miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, 33,3% – z miasta poniżej 100 tys. mieszkańców, i 27,2% studentów – ze wsi);
- jakiegokolwiek zatrudnienie na podstawie umowy o pracę, o dzieło lub umowy zlecenia (91,2% studentów pracujących już kiedyś w ten sposób i 8,8% niemających takiego doświadczenia);
- doświadczenie zawodowe w obszarze turystyczno-rekreacyjnym (59,6% respondentów pracujących już kiedyś w tej branży i 40,4% niemających takiego doświadczenia).

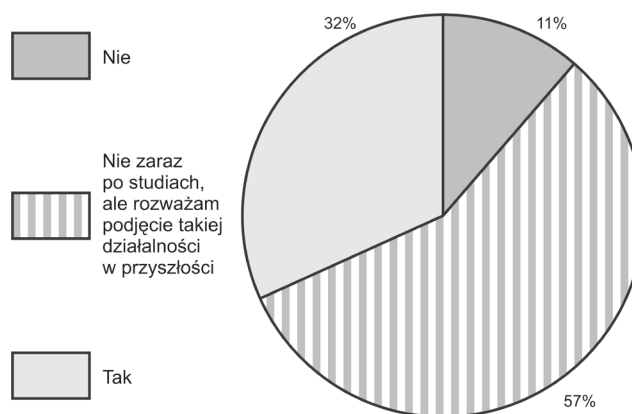
5. WYNIKI BADAŃ

W tej części opracowania zostaną zaprezentowane trzy aspekty dotyczące aspiracji studentów do przedsiębiorczości, a dokładnie:

- deklaracja respondenta odnośnie do chęci prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- związek hipotetycznej działalności gospodarczej respondenta z jego wykształceniem kierunkowym;
- wskazanie przez respondentów konkretnego przedmiotu działalności gospodarczej w obszarze biznesu turystyczno-rekreacyjnego, w której chcieliby być aktywni zawodowo.

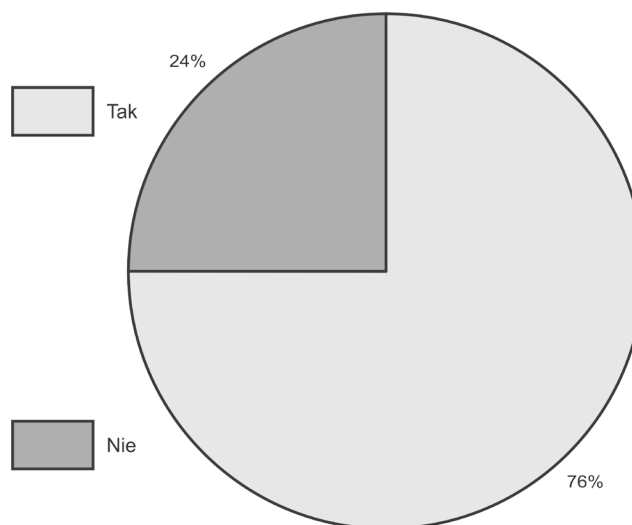
W odniesieniu do zadeklarowania przez respondentów chęci prowadzenia własnej działalności gospodarczej zdecydowana większość ankietowanych, bo aż 89% (102 osoby), rozważa podjęcie jej zaraz po studiach (37 osób) lub trochę później, w przyszłości (65 osób) (rys. 1). Tak wysokie aspiracje studentów do przedsiębiorczości nie odbiegają znacząco od wyników badań przeprowadzonych w 2018 r. przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w grupie 8000 do-

rosłych Polaków. Z tych analiz wynika, że 86% badanych Polaków postrzega przedsiębiorczość jako „dobrą ścieżkę kariery, czyli że własna firma to dobry sposób na zrobienie kariery” (*Raport z badania...*, 2019, s. 13). Według raportu PARP nastawienie polskiego społeczeństwa do przedsiębiorczości jest obecnie najlepsze od czasu rozpoczęcia badań GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) w Polsce, tj. od 2011 r. (*Raport z badania...*, 2019).



Rysunek 1. Deklaracja chęci prowadzenia własnej działalności gospodarczej przez respondentów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

W odniesieniu do związku hipotetycznej działalności gospodarczej respondenta z jego wykształceniem kierunkowym ponad $\frac{3}{4}$ ankietowanych zadeklarowało, że działalność ich potencjalnej firmy miałaby profil turystyczno-rekreacyjny (rys. 2). Taki wynik raczej nie dziwi i prawdopodobnie ma związek z wybraniem w przeszłości przez respondentów kierunku studiów (turystyka i rekreacja) z obszaru merytorycznego, w którym planują realizować się zawodowo, oraz z po-

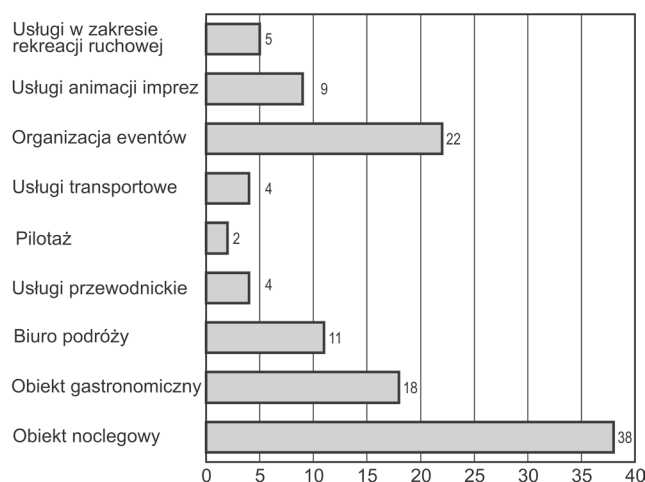


Rysunek 2. Związek hipotetycznej działalności gospodarczej respondenta z jego wykształceniem kierunkowym
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

siadaniem przez ankietowanych, w czasie brania udziału w badaniu, specjalistycznej wiedzy zdobytej podczas studiów. Wskazane argumenty hipotetycznie pozwalają sądzić ankietowanym, iż w branży turystyczno-rekreacyjnej będzie im łatwiej niż w tej, na której temat nie mają podstawowej wiedzy. Ponadto – jak zadeklarowali badani – większość z nich (ok. 60%) ma już za sobą doświadczenie zawodowe w obszarze turystyczno-rekreacyjnym (w formie zatrudnienia na umowę o pracę/umowę zlecenia lub odbycia praktyk zawodowych w wymiarze 140 godzin), więc dokładnie wie, jakie problemy i wyzwania, ale również szanse są charakterystyczne dla biznesu turystyczno-rekreacyjnego.

W odniesieniu do wskazania przez respondentów konkretnego przedmiotu działalności gospodarczej w obszarze biznesu turystyczno-rekreacyjnego, w której obrębie mogliby być aktywni zawodowo, opinie były zróżnicowane (rys. 3). Warto podkreślić, iż w trakcie badania studenci chcieli zaznaczyć kilka wariantów odpowiedzi, jednakże byli poproszeni o wskazanie jak najmniejszej liczby rodzajów działalności, najbliższych swoim zainteresowaniom. Z badań wynika, iż respondenci najczęściej wskazywali usługi noclegowe, organizację wydarzeń oraz usługi gastronomiczne, najrzadziej zaś – usługi pilotażu, przewodnickie i transportowe. Tak wielkie zainteresowanie świadczeniem usług noclegowych może mieć związek z faktem, iż w badaniach duży udział respondentów stanowili studenci I roku (47,3%), uczęszczający w semestrze, podczas którego odbywało się badanie, na zajęcia z przedmiotu hotelarstwo. Pierwsza pozycja w rankingu konkretnych rodzajów działalności gospodarczej w obszarze świadczenia usług noclegowych wydaje się jednak jedynie deklaracyjna, ponieważ wymagania związane z kapitałochłonnością założenia tego rodzaju działalności z pewnością nie przekładają się na realne możliwości finansowe respondentów, którzy wskazali tę odpowiedź (ponad 37% ankietowanych). Drugi najczęściej wskazywany przez ankietowanych rodzaj działalności, czyli organizowanie wydarzeń, może mieć również związek z dużym udziałem określonej grupy studentów. W roku akademickim 2018/2019 w miejscu badania pierwszy raz bowiem rozpoczął się nabór studentów na specjalność o nazwie zarządzanie wydarzeniami sportowymi i turystycznymi. W odróżnieniu od pozostałych specjalności, takich jak: menedżer turystyki, biznes turystyczny, zdrowotne podstawy turystyki i rekreacji czy animator rekreacji ruchowej i ekoturystyki, nawiązuje ona do konkretnego rodzaju działalności w obszarze biznesu turystyczno-rekreacyjnego. Natomiast wskazanie świadczenia usług gastronomicznych może mieć związek z faktem, iż gastronomia jest jedną z najczęściej wybieranych branż na odbycie przez studentów praktyk zawodowych. Należy również zauważyć, iż ankietowani mogli wskazać własny przedmiot

działalności związanej z zagospodarowaniem czasu wolnego, niezawarty w kafeterii odpowiedzi, jednak żadna z osób biorących udział w badaniu nie skorzystała z tej możliwości.



Rysunek 3. Przedmiot działalności gospodarczej w sektorze turystyczno-rekreacyjnym, w którym respondenci mogliby być aktywni zawodowo
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Biorąc pod uwagę zaprezentowane wyniki badań, poziom aspiracji badanych studentów do przedsiębiorczości można ocenić jako wysoki. Większość uczestników ankiety (89%) planuje bowiem w przyszłości założyć własną działalność gospodarczą w sektorze turystyczno-rekreacyjnym, a dokładnie w branży noclegowej, organizacji wydarzeń oraz gastronomicznej. Z uwagi na fakt, iż przedstawione badania nie są reprezentatywne, ich wyników nie należy generalizować. Z pewnością jednak uzyskane dane dostarczają interesujących informacji o poziomie aspiracji studentów do przedsiębiorczości, stanowiąc tym samym podstawę do dyskusji naukowej i branżowej. Pod rozwagę poddaje się także kontynuację podjętych przez autorkę niniejszego opracowania badań dotyczących zagadnienia przedsiębiorczości wśród studentów, z uwzględnieniem innych niż zaprezentowane w niniejszym artykule aspektów (np. samoocena predyspozycji do prowadzenia biznesu) oraz rozszerzenie zasięgu tych studiów (np. uogólnienie ich na całą Polskę).

6. ZAKOŃCZENIE

Proces kształtowania aspiracji w zakresie przedsiębiorczości wśród studentów, co kojarzy się bardziej pozytywnie niż negatywnie w kontekście gospodarczym, jest poważnym wyzwaniem dla pracowników uczelni i całego systemu szkolnictwa wyższego w Polsce.

Wymaga indywidualnego i zespołowego podejścia do studentów w celu ich wszechstronnego wspierania.

Przeprowadzone badania wydają się satysfakcjonujące w odniesieniu do oceny aktywności uczelni w zakresie przedsiębiorczości. Świadczy o tym wysoki poziom aspiracji studentów turystyki i rekreacji do przedsiębiorczości w biznesie związanym z ich wykształceniem kierunkowym.

Należy jednak zwrócić uwagę na realia. Jak wynika z badań Akademickiego Biura Karier Uniwersytetu Szczecińskiego, dotyczących monitorowania karier zawodowych absolwentów wszystkich kierunków, tylko 4,4% badanych prowadzi własną działalność gospodarczą. Jest ona całkowicie zgodna z kierunkiem studiów w 37,5%, a częściowo – w 25% (Akademickie Biuro Karier Uniwersytetu Szczecińskiego, 2017). Podobne wyniki badań otrzymali Jelonek, Kasperek i Migrowski (2015) twierdząc, iż tylko 4% osób młodych (poniżej 30. roku życia) „pracuje na własny rachunek”. Można zatem sformułować wniosek o dość niskim poziomie przedsiębiorczości wśród młodych ludzi i o ich niedużej aktywności w tym zakresie.

Konkludując, należy podkreślić, iż w zaprezentowanym opracowaniu omówiono jedynie w pewnym stopniu zagadnienie aspiracji w zakresie przedsiębiorczości wśród studentów. Poruszony temat wymaga dalszego zgłębiania na podstawie rozważań teoretycznych i badań empirycznych. Ciekawym aspektem będzie znalezienie związku przyczynowo-skutkowego między otrzymanymi wynikami dotyczącymi planów studentów po studiach w zakresie prowadzenia własnej działalności gospodarczej a danymi statystycznymi o realizacji tych planów.

PRZYPISY

¹ Projekt finansowany w ramach programu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod nazwą „Regionalna Inicjatywa Doskonałości” w latach 2019–2022, nr projektu 001/RID/2018/19, kwota finansowania 10 684 000,00 zł.

² Blisko 8 na 10 Polaków (76%) jest zdania, że osobom, które założyły własne firmy i odniosły sukces, należy się uznanie (Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018 Polska*, 2019).

BIBLIOGRAFIA

Bednarska, M., Majewska, J. (2008). Postawy przedsiębiorcze studentów kierunku turystyka i rekreacja – studium porównawcze Poznania i Sulechowa. W: G. Gołębowski (red.), *Nowe trendy rozwoju turystyki* (s. 95–103). Sulechów: Wydawnictwo PWSZ w Sulechowie.

Bezrobotni zarejestrowani i stopa bezrobocia. Stan w końcu listopada 2019 roku (2019). Pobrane z: <https://stat.gov.pl/>

- obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/bezrobotni-zarejestrowani-i-stopa-bezrobocia-stan-w-koncu-listopada-2019-r-2,88.html (3.01.2020).
- Buchta, K., Skiert, M., Sikora, J. (2012). Przedsiębiorczość jako element przygotowania zawodowego studentów turystyki i rekreacji. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 4 (20), 59–73.
- Czyżewska, M. (2018). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości studenckiej na podstawie badań empirycznych. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*, 160, 29–44.
- Ćwiek, M. (2019). Inkubatory przedsiębiorczości w kreowaniu działalności gospodarczej w środowisku akademickim na przykładzie województwa małopolskiego. *Monografie: Prace Doktorskie / Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*, 35, 1–176.
- Doroszewski, W. (red.) (1966). *Słownik języka polskiego*. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza Powszechna.
- Drabik, L., Kubiak-Sokół, A., Sobol, E., Wiśniakowska, L., Stankiewicz, A. (red.) (2018). *Słownik języka polskiego PWN*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gaworecki, W.W. (2000). *Turystyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Gąsiorowska-Mącznik, E. (2017). Teoretyczne podstawy przedsiębiorczości. *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, 52, 392–403. DOI: <https://doi.org/10.15584/nsawg.2017.4.28>
- Janowski, A. (1977). *Aspiracje młodzieży szkół średnich*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Jelonek, M., Kasperek, K., Magierowski, M. (2015). *Młodzi na rynku pracy – pracownicy, przedsiębiorcy, bezrobotni*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2014). Postrzeganie zakładania własnej działalności gospodarczej jako przejaw postawy przedsiębiorczej studentów kierunków nieekonomicznych. *Horyzonty Wychowania*, 13 (28), 111–130.
- Kopaliński, W. (1989). *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza Powszechna.
- Kornak, A., Montygierd-Łoyba, M. (1985). *Ekonomika turystyki*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Korpysa, J. (2016). *Przedsiębiorczość jako proces tworzenia i funkcjonowania akademickich mikroprzedsiębiorstw spin-off w Polsce*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Kowalewski, T. (2018). Przedsiębiorczość studencka wyzwaniem dla uczelni. *Humanizacja Pracy*, 2 (292), 43–60.
- Kunasz, M. (2008). Zachowania przedsiębiorcze studentów w świetle badań ankietowych. *Gospodarka Narodowa*, 222 (3), 65–86. DOI: <https://doi.org/10.33119/GN/101316>
- Łazarek, R. (1999). *Ekonomika turystyki*. Warszawa: WSE.
- Łochnicka, D. (2016). *Przedsiębiorczość pracownicza i jej wpływ na efektywność organizacji*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Mazur, K. (2015). *Przedsiębiorczość. Podstawowe definicje*. Pobrane z: http://staff.uz.zgora.pl/kmazur/Przeds/przeds_1.pdf (9.01.2020).
- Monitorowanie Karier Zawodowych Absolwentów Uniwersytetu Szczecińskiego (2017). Pobrane z: http://abk2.univ.szczecin.pl/images/stories/aktualnosci/III_edycja_monitorowanie_www.pdf (19.06.2020).
- Multan, E. (2015). Studencka przedsiębiorczość pokolenia Y. W: A. Brzozowska, P. Kłobukowski (red.), *Przedsiębiorczość: technologia i ludzie* (s. 83–100). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Panasiuk, A. (red.) (2011). *Ekonomika turystyki i rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Piecuch, T. (2010). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: C.H. Beck.

- Poznańska, K. (2014). Przedsiębiorczość akademicka – cechy i znaczenie w gospodarce światowej i polskiej. *Studia Ekonomiczne*, 183, 164–172.
- Raport z badania *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018 Polska* (2019). Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Schumpeter, J. (1931). *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*. München–Leipzig: Dunker und Humblat.
- Siemieniak, P. (2010). Postawy studentów wobec przedsiębiorczości. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 51, 505–514.
- Siemieniak, P., Rembiasz, M. (2019). Wiedza biznesowa jako czynnik kształtujący postawy przedsiębiorcze studentów uczelni technicznej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 15 (1), 100–112. DOI: <https://doi.org/10.24917/20833296.151.8>
- Stasiak, A. (2016). Escape rooms – nowa oferta sektora rekreacji w Polsce. *Turyzm/Tourism*, 26 (1), 33–49. DOI: <https://doi.org/10.18778/0867-5856.26.1.05>
- Stasiak, A. (2019). Escape roomy w Polsce: ujęcie popytowe z wykorzystaniem badań netnograficznych. *Turyzm/Tourism*, 29 (1), 77–89. DOI: <https://doi.org/10.18778/0867-5856.29.1.08>.
- Tamowicz, P. (2006). *Przedsiębiorczość akademicka. Spółki spin-off w Polsce*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Wechta, P. (1997). Przedsiębiorca w teorii Schumpetera. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 4, 123–134.
- Wójtowicz, B. (2014). Postawy i umiejętności interpersonalne studentów wobec roli przedsiębiorczości w warunkach gospodarki rynkowej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 333–343.

Artykuł wpłynął:
13 maja 2020 r.
Zaakceptowano do druku:
16 listopada 2020 r.