

OWN BUSINESS ENTERPRISE IN THE PROFESSIONAL PLANS OF TOURISM AND RECREATION STUDENTS

Own business in professional plans of students

MAŁGORZATA SKIERT, KRYSZYNA BUCHTA

*The Josef Pilsudski University of Physical Education in Warsaw,
Faculty of Physical Education and Sport in Białą Podlaska, Department of Marketing and Statistics*

Mailing address: Małgorzata Skiert, Faculty of Physical Education and Sport,
Department of Marketing and Statistics, 2 Akademicka Street, 21-500 Białą Podlaska,
tel.: +48 83 3428784, fax: +48 83 3428800, e-mail: malskiert@o2.pl

Abstract

Introduction. This study deals with the issue of career plans of tourism and recreation students. The aim of this study was to determine the degree of willingness of the respondents to take on business proprietorship, and to identify determinants of their behaviour in this regard. The research focused on the preparation of students in the course of their education to take on business initiatives their own. **Material and methods.** The study was conducted in the 2010/2011 academic year, using the method of diagnostic poll and the auditorium survey technique. It included 167 first-year full time students majoring in Tourism and Recreation of the University of Physical Education in Warsaw (Faculty of Physical Education and Sport in Białą Podlaska). **Results.** The results of studies have showed that students express a great deal of interest in business proprietorship. They are primarily motivated by desire to maintain independence of decision-making, the need to develop their own interests and the expected high incomes. The main obstacle in this respect appears to be the lack of necessary funds to run own company. The assessed their professional business entrepreneurship skills relatively low, pointing to the lack of proper preparation in the course of the studies. Particularly low assessment was given to their skills regarding the raising funds necessary to start and run a business.

Key words: tourism and recreation, students, academic entrepreneurship

Introduction

An own company is recently becoming an increasingly attractive form of pursuing career and life, giving young people a chance for independent action and implementation of plans and intentions. Often it protects them against unemployment or inconveniences associated with the need to undertake employment, which not always corresponds to their expectations.

Graduates of tourism and recreation courses starting their professional careers have great chances to start their own business. The general tourism industry provides a number of business choices, many of which do not require significant interment expenditure. The tourist market in Poland is based mainly on micro, small and medium-sized enterprises, for which more and more favourable growth conditions are provided. Particular importance should be given here to EU funds supporting the growth of entrepreneurship, as well as the tourism industry itself [1].

Opportunity of setting up an own company is provided for tourism and recreation graduates by the existing education standards. At the undergraduate level, universities are obliged to prepare students to conduct independent business activity. On the other hand, master's degree studies should develop competencies necessary to acquire a number of managerial skills [2].

According to the guidelines of the Bologna Declaration, development of entrepreneurial attitudes among students becomes a priority for the university.

This study deals with the issue of career plans of master's degree tourism and recreation students studying at the Faculty of Physical Education and Sport in Białą Podlaska (WWFiS) of the Warsaw University of Physical Education (AWF). The aim of this study was to determine the declared degree of willingness of respondents to take on business proprietorship, and to identify determinants of their behaviour in this regard. The research focused on the preparation of students in the course of their education to take on business initiatives their own.

Material and methods

The study included full time first-year master's degree students in tourism and recreation of the Faculty of Physical Education in Białą Podlaska (WWFiS) of the Warsaw University of Physical Education (AWF) (N=167). The selection of the sample was purposeful and comprehensive. The study was conducted in the 2010/2011 academic year. It involved the method of diagnostic poll and the auditorium survey technique.

The sample of students consisted in 53% of men. The respondents were mainly people living in cities (67%), declaring average (54%) or good (43%) financial situation (less frequently – difficult – 3%). The students came from families, where the father was a high school graduate (55%), university graduate (31%) or primary school graduate (14%). Taking into account the GPA, obtained in the preceding semester (grading scale 1-5 with 5 – max), the respondents turned out to be mostly

good students, as more than half of the group (51%) had GPA above 4.0, with 41% indicating GPA of 4.1-4.5 and 10% above 4.5.

In pursuing the main aim of the study, based on the opinions of the students, the authors sought to answer the following research questions:

1. Are the respondents planning to take on business proprietorship of their own upon graduation?
2. What motivates them to take this course of action?
3. What factors discourage them from undertaking own business initiatives?
4. How do the respondents rate their own preparation to take on business proprietorship?

To quantitatively express the obtained results of the study percentage values were used, and in situations where the respondents made qualitative assessments, a 5-point scale (1-5, 5 – max) was used. Comparative analyses were performed using the t-Student test and chi-square test (differences at $p < 0.05$ were assumed to be statistically significant).

Results

Willingness of the respondents to take on business proprietorship

Willingness of young people to start their own businesses is an important issue, both looking at it from the perspective of the needs of the economy, as well as the difficult situation of graduates in the labour market. In the course of research the attempt to determine to what extent graduates are willing to consider the possibility of working within businesses of their own was made.

The results showed that almost half of students (just over 47%) at the time of the research had no precise professional plans, thus not considering the possibility of setting up businesses of their own a new business. A similar percentage of the respondents (almost 45%) intended to start businesses of their own, while one in ten of the respondents declared that they had clearly defined plans in this regard. The group included 1% of respondent who have already conducted their own business. Only nearly every fifteenth respondent stated that they definitely did not take into account the possibility pursuing businesses of their own (Fig. 1).

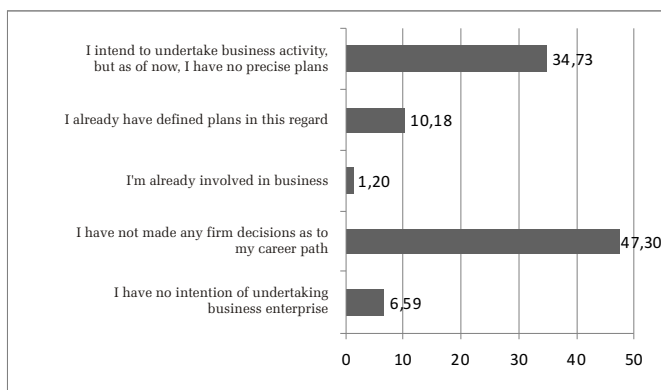


Figure 1. Own business undertaking in career plans of students (%)

Further analysis based on data obtained on the basis of the basic survey showed that gender and financial situation of the respondents influenced their views in the area under consideration. Therefore women less often than men excluded the possibility of starting businesses of their own, while those with better financial status more often than others have indi-

cated that they had specific plans businesses of their own (the relationship was statistically significant, $p < 0.05$).

Factors influencing willingness of the respondents to take on business proprietorship

The study also attempted to establish factors determining the statements made by the respondents, regarding undertaking of business initiatives. When performing analyses in this regard, the respondents were divided into two groups. The first one consisted of people who took into account the possibility of starting businesses of their own or already were involved in such activities. While the other group consisted of people who did not have any clearly defined career plans, or definitely rejected the possibility of pursuing businesses of their own.

The respondents who considered their own business proprietorships were mainly motivated by the opportunity of maintaining independence of decision-making in their own businesses (52%). A major role in the decisions of students was played by willingness to pursue their own interests (48%). 42% of respondents also indicated financial motives. When considering own businesses the respondents expected higher income than the case of employment. Good business ideas as well as the desire to freely manage their time were important arguments for undertaking own initiatives in the case of one third of the respondents. Own business appeared to be necessity for every fourth respondent, resulting from the expected lack of opportunities to find alternative employment. The least significant were family traditions, passion for risk and willingness to use their existing capital (Fig. 2).



Figure 2. Reasons why respondents were willing to undertake own business enterprise (%) (multiple choice)

More than half of the sample group of students did not show interest in their own businesses. An important element of this study was therefore to determine the reasons for this. The factor that mostly discouraged the students to conduct their own business was the lack of capital (more than half of the respondents pointed to the cause). Other elements to a much lesser extent, contributed to the lack of interest in own business. Nearly one in four of the respondents feared financial risk. A similar percentage of the sample group had defined plans of other nature, which resulted in lack of interest in running a business. One in five of the respondents considered that they were not sufficiently prepared to undertake such initiatives and had no idea for a specific project. The least important reasons included the lack of predispositions for such activities, as well as the fear of excessive time burden (Fig. 3).

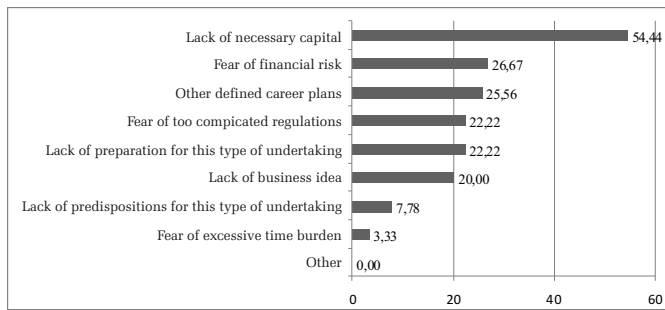


Figure 3. Factors discouraging respondents from undertaking own business enterprise (%) (multiple choice)

Further statistical analysis showed that the gender, place of residence, financial situation, or academic performance made no significant difference as to the opinions of the respondents with respect to the motives underlying the conducting of own business. Some differences can be seen in the statements made by the respondents with respect to disincentives for such initiatives. Men more often than women pointed to the lack of ideas for own business. People with higher financial status more often than others declared other (already specified) career plans, while respondents who were in inferior financial situation more often pointed to the lack of adequate capital and fear of too complex laws and forms of taxation, as barriers to the opportunity to run own business (X^2 – statistically significant, $p < 0.05$).

Preparation of the respondents for running own businesses

Starting a business involves the risk of certain liabilities and financial consequences. Therefore, it should be thoughtful and based on proper preparation and substantive knowledge of the market where a company intends to operate. Decision on starting own business, therefore, must be supported not only individual desires to succeed and passion for action, but also business management skills and relevant economic and legal knowledge.

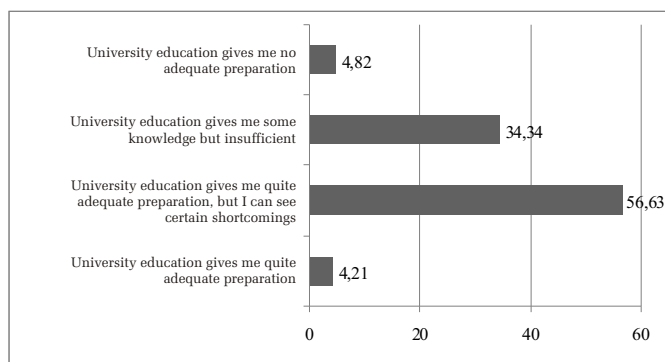


Figure 4. Respondents' assessment of skills gained through the course of their studies to undertake own business enterprise (%)

Given the above, during the course of the study it was attempted to determine whether the university education in the minds of the respondents, provided them with adequate preparation, allowing them to safely undertake their own business initiatives.

The results showed that most of the respondents (60%) felt that the university education prepared them adequately to conduct their own businesses, with almost 57% of the respon-

dents recognizing some shortcomings in this area, and only a little over 4% felt their preparation to be fully sufficient. In turn, almost 40% of the group expressed the opposite opinion, stating that they did not feel that the university education prepared them adequately to run their own companies, while 34% admitted that some (but insufficient) knowledge was communicated to them, and almost 5% stated that no such knowledge was communicated to them (Fig. 4).

Analyzing the statements made by the respondents according to the basic variables, no statistically significant differences were noted in this regard. It is worthwhile noting that no such differences were revealed by the opinions of the students declaring a different level of academic performance (GPA the previous semester).

The study also attempted to determine to what extent the knowledge acquired by the respondents during the course of their studies (in their opinion) was useful for running a business. Ratings were made on a five-point scale (from 1 to 5, with 5 – max). Arithmetic averages were calculated for these ratings.

When assessing their competences, the respondents gave the highest rating to their specific knowledge, i.e. the knowledge directly related to tourism and recreation (average rating reached almost 4.0). Quite high ratings (above 3.5) were also given to the quality of marketing preparation. Knowledge assessed at a sufficient level, was to do with general economic issues as well as legal, financial and management issues. However the students gave very low ratings to their abilities of obtaining financial resources, perceiving them as deficient (Fig. 5).

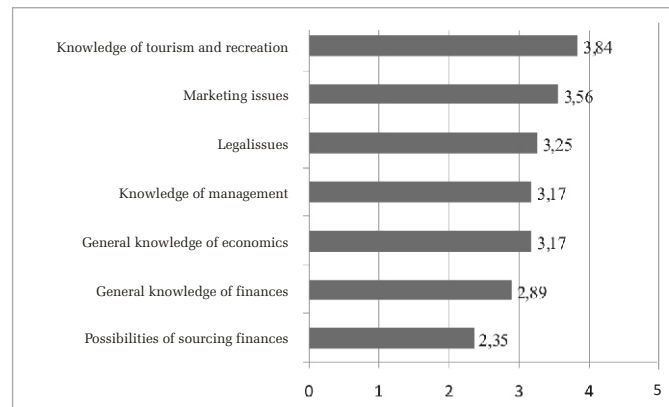


Figure 5. Respondents' assessment of the adequacy of knowledge gained throughout the course of their studies for undertaking own business enterprise (scale 1-5; 5 – max)

Deeper statistical analyses revealed discrepancies arising in the evaluation of students declaring different levels of academic performance. And so, people with higher GPA, gave higher ratings to the usefulness of their knowledge on tourism and recreation, and management skills necessary to run their own business (the relationship was statistically significant).

Discussion

The Polish economy needs people capable of organizing bold, rational and market-oriented business undertakings. Tourism, being a very fast growing industry, requires well-prepared, professional staff, bringing innovation and entrepreneurship skills into the business process [3].

Education in the area of tourism and recreation should be the response to the needs of the economy in this area, while

keeping pace with the changing needs of the industry. Due to the fast pace of these changes and the need for competence in tourism activities, preparation of appropriate staff is not an easy task [4, 5, 6].

In 2010, in Poland there were 78 higher education institutions offering courses in tourism and recreation, including 38 public and 40 private institutions. Master's degree courses were offered by 27 institutions. In 2009, there were 13 thousand graduates of tourism and recreation courses at both levels of education (undergraduate and graduate) (three years earlier there were just over nine thousand) [7].

Nationwide research conducted by the Ministry of Sports and Tourism has shown that in 2010 majority tourism and recreation graduates (70%) found employment immediately after graduation (within one month). It is worth noting that seven years ago this percentage was over 1/3 lower. Employment conforming to the course of study was undertaken by 37% of the respondents. These studies have also shown increasing interest in their own economic activity among the graduates of universities training personnel for the tourism industry. In 2003, only 2.8% of this group of graduates started business operations of their own (in line with professional preparation), in 2007 this figure increased up to 7% and in 2010 up to 7.4% [7].

The students of WWFIS covered by the study showed a great deal of interest in running their own businesses, although few of them had at the time of the study any defined plans in this regard. It is worth mentioning that the percentage of the respondents, who strongly rejected the possibility of running own business was very small and similar to that established in previous studies conducted among students of tourism and recreation at other universities [8].

Analyzing the motives of the respondents to start companies of their own as a career path, it was found that the main reasons included: the desire to maintain the independence of decision-making, the need to develop their own interests, followed by the expected high incomes. The dominance of these motives seems to indicate a significant need to maintain autonomy and independence, combined with the conviction that the work in own business gives better opportunities for development in chosen fields. The financial motive, although not dominant, but points to the high expectations of respondents in this regard.

According to a study conducted on a national scale, the possibility of growth and independence in action, are the factors determining the attractiveness of career paths pursued by graduates of tourism and recreation. It is also worth noting that studies have shown rapidly growing importance of these factors over the last few years [7].

The lack of interest in running own business demonstrated by a large group of respondents is mainly the result of the lack of adequate financial resources necessary to undertake such initiatives. Similar findings were produced by studies conducted between 2005 and 2006 in the area of Lublin, where the lack of capital, was stated as the underlying cause rejecting the possibility of involvement in business operations [9].

The WWFIS students surveyed also pointed to other factors discouraging them from running own businesses. While their significance appears to be much smaller, it is worth mentioning here that every fourth-fifth responded declared the lack of adequate business preparation.

The ability to fulfil business plans, defined as starting own, well-functioning business undertaking, usually depends on three key elements: capital, knowledge and work [10]. A university providing students with the knowledge bases its teaching activities on the existing educational standards in the field. The guidelines provided for the tourism and recreation course of study at the undergraduate level point to the need of preparing graduates to operate their own businesses.

This part of the study, which aimed to establish the contribution that brought the university (studies) in preparing students to undertake their own economic initiatives, has revealed shortcomings in this regard. When assessing the usefulness of the knowledge acquired during individual subjects, considered the respondents rated it only as a sufficient. The possibility to raise funds was rated even lower, while the competencies gained in this field can be regarded as inadequate. Only their preparation specialist knowledge (in tourism and recreation) was considered by the respondents as good.

This state of affairs is confirmed by the results of previous studies carried out at both levels of study – i.e. undergraduate and graduate course in tourism and recreation at WWFIS. On the one hand, they pointed to not fully satisfactory preparation of students to establish and run own business undertakings, including concurrent relatively high expectations appearing in this regard [11, 12, 13].

The causes of low competencies of tourism and recreation students in regard of establishing and running own business undertakings appear to the study programs. Analyses performed by Jaworski shows that the business related subjects offered at the Warsaw University of Physical Education account for a mere 16% of the total subject load, while physical education subjects account for up to 34% of the total subject load of undergraduate courses [14]. However, knowledge of economics is considered to be extremely important for preparation of graduates for modern business [15].

Conclusions

1. Strong interest of students in the running own business undertakings, indicates the validity the university's efforts to create better conditions to facilitate them the undertaking of such initiatives.
2. University support, based on better preparation of graduates to run business undertakings of their own could promote the undertaking of this type of activity.
3. The range of subjects with economic contents, offered within tourism and recreation courses seems to be insufficient for the needs and expectations of the students.

Acknowledgements

The research was accomplished within the framework of research project of the Faculty of Physical Education and Sport in Biała Podlaska, the Josef Pilsudski University of Physical Education in Warsaw – DS. 177 – financed by the Ministry of Science and Higher Education.

Literature

1. Bednarczyk, M. (2010). The future of Polish tourism – the potential competitiveness of the tourism sector. *Oeconomia* 9(4), 49-60. [in Polish]
2. Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. (2007). *Regulation on standards for particular fields of education and levels of education, and mode of formation and the conditions to be met by the university to conduct interdisciplinary studies and macro-courses*. Warszawa: Dz. U. Nr 164, poz. 1166. [in Polish]
3. Januszewska, M. (2010). The innovative travel company based on knowledge. *Zeszyty Naukowe UE w Poznaniu* 145, 35-48. [in Polish]
4. Panasiuk, A. (2008). *Staff in the Tourism Economy*. Szczecin: WNUS. [in Polish]

5. Koziół, L. (2001). The quality assurance staff in the field of tourism and recreation. *Zeszyty Naukowe AWF w Krakowie* 81, 29-40. [in Polish]
6. Winiarski, R. (2001). Profile of tourism and recreation graduates. *Zeszyty Naukowe AWF w Krakowie* 81, 41-46. [in Polish]
7. Ministerstwo Sportu i Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej. (2010). *What happens with tourism and recreation graduates. Research Report*. Warszawa: IBC GROUP Central Europe Holding S.A. [in Polish]
8. Bednarska, M. (2008). Students' entrepreneurial attitudes towards tourism and recreation – a comparative study of Poznan and Sulechów. In G. Gołębski (Ed.), *New trends in development of tourism* (pp. 95-103). Sulechów: PWSZ in Sulechów. [in Polish]
9. Rożnowski, B., Markowski K., Łobocki J. & Konefał K. (2007). *Attitudes and behavior in the local labor market*. Lublin: Instytut Rynku Pracy – Fundacja Nowy Staw. [in Polish]
10. Olearnik, J. (2007). Areas and forms of action for education entrepreneurial university graduates. In P. Wachowiak, M. Dąbrowski & B. Majewski (Eds.), *Development of entrepreneurship and the economic education* (pp. 114-119). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych. [in Polish]
11. Buchta, K., Skiert M. (2008). Assessment of professional qualifications and educational plans by tourism and recreation graduates. *Pol. J. Sport Tourism* 15(1-2), 69-72.
12. Buchta, K., Skiert M. (2009). Expectations of tourism and recreation students towards the course of education. *Pol. J. Sport Tourism* 16, 251-255.
13. Skiert, M., Buchta K. (2010). Undergraduate studies and professional preparation of tourism and recreation students. *Miscellanea Oeconomicae* 14, 77-85. [in Polish]
14. Jaworski, Z. (2008). *Studies of Tourism and Recreation in Poland. Programs and Entities – Proposed Standards*. Warszawa: WSE ALMAMER. [in Polish]
15. Wach, K. (2007). Development of entrepreneurship in the educational programs. Current status and proposed directions for change. In P. Wachowiak, M. Dąbrowski & B. Majewski (Eds.), *Development of entrepreneurship and economic education* (pp. 120-127). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych. [in Polish]

Submitted: January 3, 2012

Accepted: March 1, 2012

WŁASNY BIZNES W PLANACH ZAWODOWYCH STUDENTÓW KIERUNKU TURYSTYKA I REKREACJA

Własny biznes w planach zawodowych studentów

MAŁGORZATA SKIERT, KRYSZYNA BUCHTA

*Akademia Wychowania Fizycznego J. Piłsudskiego w Warszawie,
Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej, Zakład Marketingu i Statystyki*

Adres do korespondencji: Małgorzata Skiert, Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu,
Zakład Marketingu i Statystyki, ul. Akademicka 2, 21-500 Biała Podlaska,
tel.: 83 3428784, fax: 83 3428800, e-mail: malskiert@o2.pl

Streszczenie

Wprowadzenie. Problematyka opracowania dotyczy planów zawodowych studentów kierunku turystyka i rekreacja. Celem badań, było wyznaczenie stopnia skłonności badanych do podejmowania samodzielnej działalności gospodarczej oraz określenie czynników warunkujących ich zachowania w tym zakresie. W badaniach szczególną uwagę zwrócono na uzyskane w toku studiów przygotowanie studentów do podejmowania własnych inicjatyw gospodarczych. **Materiał i metody.** Badania przeprowadzono w roku akademickim 2010/2011, wykorzystując metodę sondażu diagnostycznego z techniką ankiety audytoryjnej. Objęto nimi 167 studentów pierwszego roku stacjonarnych studiów magisterskich na kierunku turystyka i rekreacja AWF w Warszawie (Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej). **Wyniki.** Wyniki zrealizowanych badań pokazały, że studenci wykazują duże zainteresowanie samodzielną działalnością gospodarczą. Do tego typu działań motywują ich przede wszystkim chęć utrzymania niezależności decyzyjnej, potrzeba rozwijania własnych zainteresowań oraz spodziewane wysokie dochody. Podstawową barierą pojawiającą się w tym zakresie jest natomiast brak niezbędnych dla uruchomienia własnej firmy środków finansowych. Badani dość nisko oceniają swoje kompetencje zawodowe predestynujące ich do prowadzenia własnego biznesu, wskazując na braki w uzyskanym w toku studiów przygotowaniu zawodowym. Szczególnie nisko oceniają swoje umiejętności dotyczące pozyskiwania środków finansowych niezbędnych dla uruchomienia i prowadzenia firmy.

Słowa kluczowe: turystyka i rekreacja, studenci, przedsiębiorczość akademicka

Wstęp

Własna firma staje się współcześnie coraz atrakcyjniejszą formą realizacji kariery zawodowej i życiowej, dając młodym ludziom szansę na samodzielne działania oraz realizację planów i zamierzeń. Niejednokrotnie chroni ich też przed bezrobociem lub niedogodnościami związanymi z koniecznością podjęcia nie zawsze odpowiadającej ich oczekiwaniom, pracy najemnej.

Absolwenci kierunku turystyka i rekreacja rozpoczynając swoją drogę zawodową mają duże szanse na stworzenie własnego biznesu. Szeroko rozumiana branża turystyczna daje bowiem szereg możliwości wyboru rodzaju działalności, z których wiele nie wymaga znaczących nakładów inwestycyjnych. Rynek turystyczny w Polsce opiera się głównie na mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach, dla których tworzy się coraz korzystniejsze warunki rozwoju. Szczególne znaczenie należy tutaj przypisać funduszom europejskim wspierającym rozwój przedsiębiorczości, jak i samej branży turystycznej [1].

Możliwość podjęcia działalności zawodowej na bazie własnej firmy przewidują dla absolwentów kierunku turystyka i rekreacja standardy kształcenia, obowiązujące w szkolnictwie wyższym. Już na poziomie licencjackim wyznaczają uczelni konieczność przygotowywania studentów do prowadzenia samodzielnej działalności gospodarczej. Poziom magisterski powinien z kolei rozwinąć kompetencje pozwalające na zdobycie szeregu umiejętności menedżerskich [2].

Zgodnie z wytycznymi Deklaracji Bolońskiej kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży akademickiej staje się priorytetowym zadaniem uczelni wyższej.

Problematyka opracowania dotyczy planów zawodowych studentów kierunku turystyka i rekreacja realizujących naukę na poziomie magisterskim w Wydziale Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej (WWFiS), warszawskiej Akademii Wychowania Fizycznego (AWF). Celem badań, było wyznaczenie deklarowanego stopnia skłonności badanych do podejmowania samodzielnej działalności gospodarczej oraz określenie czynników warunkujących ich zachowania w tym zakresie. W badaniach szczególną uwagę zwrócono na pozyskane w toku studiów przygotowanie studentów do podejmowania własnych inicjatyw gospodarczych.

Materiał i metody

Badaniami objęto studentów pierwszego roku stacjonarnych studiów magisterskich na kierunku turystyka i rekreacja AWF Warszawa WWFiS w Białej Podlaskiej (N=167). Dobór próby był celowy i wyczerpujący. Badania przeprowadzono w roku akademickim 2010/2011. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z techniką ankiety audytoryjnej.

Badani studenci, to w 53% mężczyźni. Ankietowani to osoby głównie mieszkające w miastach (67%); deklarujące prze-

ciętną (54%), bądź dobrą (43%) sytuację materialną (rzadziej trudną – 3%). Badani studenci pochodzili z rodzin z wykształceniem ojca średnim (55%), wyższym (31%), bądź podstawowym (14%). Biorąc pod uwagę średnią ocen, uzyskaną w semestrze poprzedzającym badanie (skala ocen 1-5; 5 – max), respondenci okazali się najczęściej dobrymi studentami, bowiem ponad połowa badanej grupy (51%) zadeklarowała średnią powyżej 4,0, przy czym 41% wskazało na oceny w granicach 4,1-4,5, a 10% powyżej 4,5.

Realizując główny cel badań, opierając się na opiniach studentów, poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Czy badani studenci planują po ukończeniu studiów podjęcie samodzielnej działalności gospodarczej?
2. Co motywuje badanych do podjęcia tego typu działań?
3. Jakie czynniki zniechęcają badanych do podejmowania własnych inicjatyw gospodarczych?
4. Jak badani oceniają swoje przygotowanie do prowadzenia działalności gospodarczej?

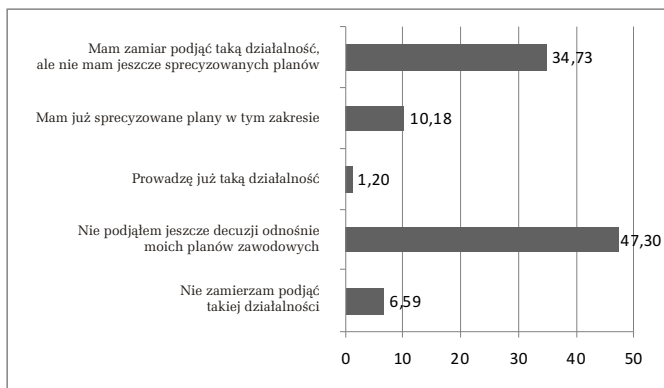
Wyrażając ilościowo uzyskane rezultaty badań posługiwano się wielkościami procentowymi, zaś w sytuacjach, gdzie respondenci dokonywali ocen jakościowych, zastosowano skalę 5-punktową (1-5; 5 – max). Analizy porównawcze przeprowadzono za pomocą testu t-Studenta i testu chi-kwadrat (różnice na poziomie $p < 0,05$ przyjęto jako istotne statystycznie).

Wyniki

Gotowość badanych do podejmowania własnych inicjatyw gospodarczych

Gotowość młodych ludzi do tworzenia własnych firm stanowi ważne zagadnienie, zarówno patrząc na nie z perspektywy potrzeb gospodarki, jak i trudnej sytuacji absolwentów wyższych uczelni na rynku pracy. W toku zrealizowanych badań podjęto próbę ustalenia, na ile studenci wchodzący niedługo w życie zawodowe biorą pod uwagę możliwość podjęcia pracy na własny rachunek.

Wyniki badań pokazały, że niemal połowa ankietowanych studentów (nieco ponad 47%) w chwili badania nie miała jeszcze skonkretyzowanych planów zawodowych, nie rozpatrując tym samym możliwości podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej. Podobny odsetek respondentów (niemal 45%) nosił się z zamiarem otwarcia własnego biznesu, przy czym co dziesiąty z badanych zadeklarował, iż ma już sprecyzowane plany w tym zakresie. W grupie ankietowanych zaledwie 1% stanowiły osoby, które już prowadziły własną działalność gospodarczą. Jedynie niespełna co piętnasty z badanych uznał, iż zdecydowanie nie bierze pod uwagę możliwości podjęcia pracy na własny rachunek (Ryc. 1).



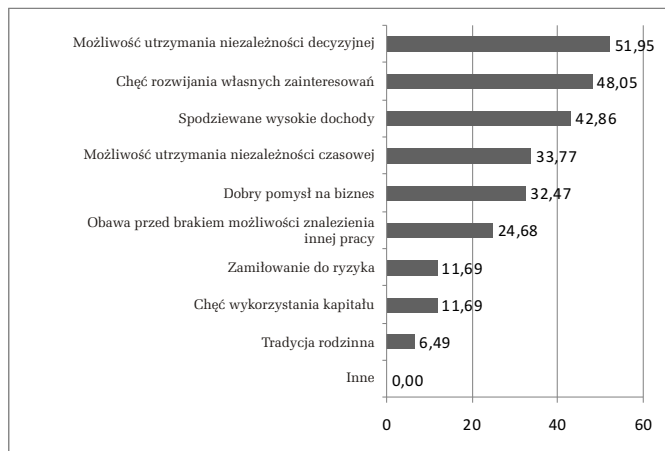
Rycina 1. Samodzielna działalność gospodarcza w planach zawodowych badanych (%)

Dalsze analizy przeprowadzone w oparciu o dane pozyskane na bazie metryczki ankiety pokazały, że płeć oraz sytuacja materialna respondentów różnicowały ich opinie w badanym zakresie. I tak kobiety zdecydowanie rzadziej niż mężczyźni wykluczały możliwość podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej, zaś osoby o lepszym statusie finansowym częściej niż pozostałe wskazywały na posiadanie już konkretnych planów dotyczących własnego biznesu (zależność istotna statystycznie, $p < 0,05$).

Czynniki wpływające na gotowość badanych do tworzenia własnego biznesu

W pracy podjęto także próbę ustalenia czynników determinujących deklaracje badanych, dotyczące podejmowania własnych inicjatyw gospodarczych. Dokonując analiz w tym zakresie, podzielono respondentów na dwie grupy. Pierwsza z nich obejmowała osoby, które brały pod uwagę możliwość podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej lub taką działalność już prowadziły. Drugą grupę natomiast stanowiły osoby nie mające jeszcze sprecyzowanych planów zawodowych, bądź zdecydowanie odrzucające możliwość pracy na własny rachunek.

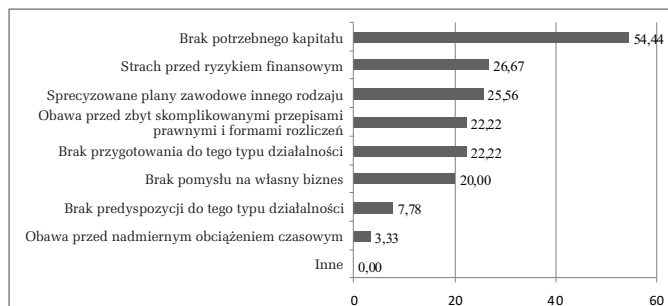
Respondenci biorący pod uwagę podjęcie samodzielnej działalności gospodarczej kierowali się najczęściej możliwością utrzymania niezależności decyzyjnej przy pracy we własnej firmie (52%). Dużą rolę w decyzjach studentów odegrała również chęć rozwijania własnych zainteresowań (48%). We wskazaniach 42% ankietowanych pojawił się również motyw finansowy. Badani myśląc o samodzielnej działalności gospodarczej liczyli na dochody wyższe niż przypadku pracy najemnej. Dobry pomysł na biznes, jak też chęć swobodnego dysponowania swoim czasem stanowiły istotny argument do podejmowania własnych inicjatyw w przypadku co trzeciego z badanych. Dla co czwartego z respondentów samodzielna działalność jawiła się jako konieczność, wynikająca z przewidywanego braku możliwości znalezienia innego zatrudnienia. Najmniejszą rolę odegrały tu tradycje rodzinne, zamiłowanie do ryzyka oraz chęć wykorzystania posiadanego kapitału (Ryc. 2).



Rycina 2. Motywy skłaniające badanych do podejmowania własnej działalności gospodarczej (%) (istniała możliwość wielokrotnego wyboru)

Ponad połowa badanej grupy studenckiej nie wykazała zainteresowania samodzielną działalnością gospodarczą. Istotnym elementem badań było zatem ustalenie przyczyn takiego stanu rzeczy. Czynnikiem, który w największym stopniu zniechęcał ankietowanych studentów do prowadzenia własnego biznesu okazał się brak odpowiedniego kapitału (ponad połowa respondentów wskazała na taką przyczynę). Pozostałe elementy w dużo mniejszym stopniu przyczyniały się do braku zainteresowania pracą na swoim. Blisko co czwartego z re-

spodentów odstraszała obawa przed ryzykiem finansowym. Podobny odsetek badanej grupy miał już sprecyzowane plany innego rodzaju, co tym samym powodowało brak zainteresowania pracą we własnej firmie. Co piąty z ankietowanych uznał, że nie jest dostatecznie przygotowany do podejmowania tego typu inicjatyw oraz nie ma pomysłu na konkretne przedsięwzięcie. Najmniejsze znaczenie okazały się mieć brak predyspozycji do działań tego rodzaju, jak również obawa przed nadmiernym obciążeniem czasowym (Ryc. 3).



Rycina 3. Czynniki zniechęcające badanych do podejmowania samodzielnej działalności gospodarczej (%) (istniała możliwość wielokrotnego wyboru)

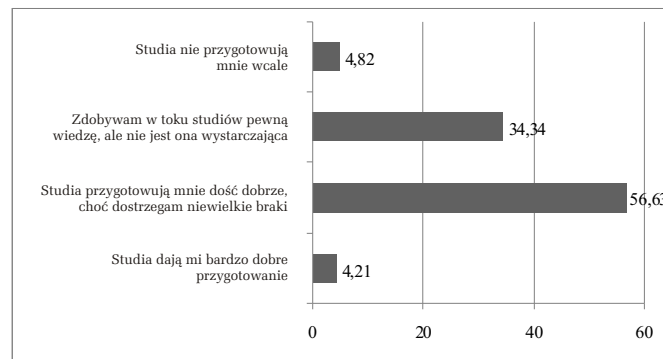
Dalsze analizy statystyczne pokazały, że płeć, miejsce zamieszkania, sytuacja materialna, ani też wyniki w nauce nie różnicowały istotnie opinii badanych, odnoszących się do motywów podejmowania działalności gospodarczej. Pewne zróżnicowanie można było natomiast zaobserwować w wypowiedziach, dotyczących czynników zniechęcających respondentów do tego typu inicjatyw. I tak mężczyźni częściej niż kobiety wskazywali na brak pomysłu na własny biznes. Osoby o wyższym statusie materialnym częściej niż pozostałe deklarowały inne (już sprecyzowane) plany zawodowe, natomiast respondenci będący w gorszej sytuacji finansowej w większym stopniu wskazywali na brak odpowiedniego kapitału oraz obawę przed zbyt skomplikowanymi przepisami prawnymi i formami rozliczeń, jako barierami ograniczającymi możliwość podjęcia samodzielnej działalności gospodarczej (X^2 – istotne statystycznie, $p < 0,05$).

Przygotowanie badanych do działalności gospodarczej

Rozpoczęcie samodzielnej działalności gospodarczej pociąga za sobą ryzyko określonych zobowiązań i konsekwencji finansowych. Powinno być zatem działaniem przemyślanym, opartym o odpowiednie przygotowanie merytoryczne i wiedzę na temat rynku, na którym dana firma zamierza działać. Decyzja o założeniu własnego biznesu musi być zatem poparta nie tylko indywidualnymi pragnieniami osiągnięcia sukcesu oraz pasją działania, ale również umiejętnością zarządzania biznesem i odpowiednią wiedzą ekonomiczno-prawną.

Biorąc powyższe pod uwagę, w toku badań próbowano ustalić, czy studia w odczuciu ankietowanych, dają im odpowiednie przygotowanie, pozwalające na bezpieczne podejmowanie własnych inicjatyw gospodarczych.

Wyniki badań pokazały, że respondenci w większości (ponad 60%) czuli się przygotowywani w toku studiów do prowadzenia własnego biznesu, przy czym prawie 57% dostrzegło pewne braki w tym zakresie, a tylko nieco ponad 4% uznało swoje przygotowanie za w pełni wystarczające. Z kolei prawie 40% badanej grupy wyraziło opinię przeciwną, uznając że nie czują się dobrze przygotowywani przez studia do pracy we własnej firmie, przy czym 34% przyznało, że pewna wiedza jest im przekazywana (jednak niewystarczająca), a prawie 5% stwierdziło, że nie przekazuje się im takiej wiedzy wcale (Ryc. 4).

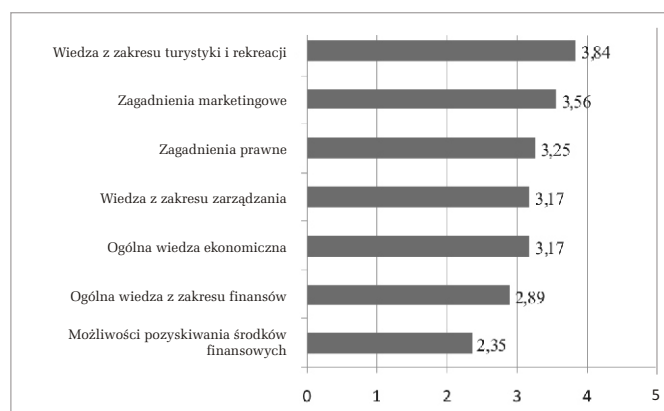


Rycina 4. Oceny badanych dotyczące przygotowania do prowadzenia własnej firmy, nabytego podczas studiów (%)

Analizując wypowiedzi badanych według zmiennych merytorycznych nie zauważono istotnych statystycznie różnic w tym zakresie. Warto podkreślić, iż rozbieżności takich nie dały również opinie studentów deklarujących różny poziom osiągniętych wyników w nauce (średnia ocen za poprzedni semestr).

W pracy podjęto także próbę ustalenia, na ile wiedza zdobywana przez badanych podczas studiów może być (w ich odczuciu) przydatna do prowadzenia własnego biznesu. Oceny dokonywane były w skali pięciopunktowej (od 1 do 5; 5 – max). Dla tak dokonanych ocen obliczono średnie arytmetyczne.

Respondenci oceniając przydatność posiadanych kompetencji najwyżej ocenili swoje przygotowanie kierunkowe, a zatem wiążące się bezpośrednio z turystyką i rekreacją (średnia ocen osiągnęła poziom niemal 4,0). Dość wysokie noty (powyżej 3,5) uzyskało również przygotowanie na płaszczyźnie marketingowej. Wiedza oceniona na poziomie dostatecznym, dotyczyła zagadnień ogólnoeconomicznych, prawnych, finansowych oraz problematyki zarządzania. Studenci bardzo nisko ocenili jednak swoje przygotowanie w zakresie możliwości pozyskiwania środków finansowych, uznając je za niedostateczne (Ryc. 5).



Rycina 5. Oceny badanych dotyczące przydatności wiedzy zdobywanej podczas studiów, do prowadzenia własnej firmy (w skali 1-5; 5 – max)

Głębsze analizy statystyczne ujawniły rozbieżności pojawiające się w ocenach studentów deklarujących różny poziom osiągniętych wyników w nauce. I tak osoby z wyższą średnią ocen, lepiej oceniły przydatność zdobytej wiedzy z zakresu turystyki i rekreacji oraz zarządzania do prowadzenia własnej firmy (zależność istotna statystycznie).

Dyskusja

Polska gospodarka potrzebuje ludzi zdolnych do organizowania śmiałej, racjonalnej i rynkowo zorientowanej działalności gospodarczej. Turystyka, stanowiąc niezwykle szybko rozwijającą się branżę, stwarza zapotrzebowanie na dobrze przygotowane, profesjonalne kadry, wnoszące w proces gospodarowania innowacyjność i przedsiębiorczość [3].

Kształcenie w zakresie turystyki i rekreacji powinno stanowić odpowiedź na zapotrzebowanie gospodarki w tej dziedzinie, nadążając jednocześnie za zmieniającymi się potrzebami branży. Szybkie tempo tych zmian oraz zapotrzebowanie na kompetencje w działalności turystycznej, powodują iż przygotowanie odpowiednich kadr nie jest zadaniem prostym [4, 5, 6].

W roku 2010 w kraju funkcjonowało 78 szkół wyższych, posiadających w swojej ofercie kierunek turystyka i rekreacja, w tym 38 szkół publicznych oraz 40 niepublicznych. Kształcenie na poziomie magisterskim realizowało 27 uczelni. W roku 2009 kierunek turystyka i rekreacja na obu poziomach kształcenia (licencjackim i magisterskim) ukończyło ponad 13 tys. studentów (trzy lata wcześniej było ich niewiele ponad 9 tys.) [7].

Ogólnopolskie badania przeprowadzone na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki pokazały, że absolwenci omawianego kierunku studiów z roku 2010 w większości (ponad 70%) znaleźli zatrudnienie tuż po ukończeniu studiów (w ciągu 1 miesiąca). Warto w tym miejscu dodać, iż odsetek ten był siedem lat wcześniej niższy o ponad 1/3. Pracę zgodną z przygotowaniem kierunkowym podjęło 37% badanych. Badania te pokazały również rosnące zainteresowanie własną działalnością gospodarczą wśród absolwentów uczelni kształcących kadry dla branży turystycznej. W 2003 roku jedynie 2,8% tej grupy absolwentów podjęło własną działalność gospodarczą (zgodnie z przygotowaniem zawodowym), w roku 2007 wskaźnik ten wzrósł do 7%, a w 2010 do 7,4% [7].

Badani studenci WWFiS wykazali duże zainteresowanie pracą we własnej firmie, choć niewielu z nich miało w momencie prowadzenia badań już sprecyzowane plany w tym zakresie. Warto również podkreślić, iż odsetek tych spośród badanych studentów, którzy zdecydowanie odrzucili możliwość prowadzenia własnego biznesu był bardzo mały i zbliżony do ustalonego we wcześniejszych badaniach, przeprowadzonych wśród studentów turystyki i rekreacji innych uczelni [8].

Poddając analizie motyw, jakimi kierowali się respondenci ujmując w swoich planach zawodowych możliwość stworzenia własnej firmy ustalono, iż decydujące znaczenie miały przede wszystkim: chęć utrzymania niezależności decyzyjnej, potrzeba rozwijania własnych zainteresowań, a w następnej kolejności spodziewane wysokie dochody. Dominacja tego typu motywów wydaje się wskazywać na istotną potrzebę utrzymania niezależności i samodzielności, połączonej z przeświadczeniem, iż praca we własnej firmie daje lepsze możliwości rozwoju w wybranych przez siebie kierunkach. Motyw finansowy, choć nie dominujący, wskazuje jednak na wysokie oczekiwania badanych w tym zakresie.

Zgodnie z wynikami badań przeprowadzonych na skalę ogólnokrajową, możliwość własnego rozwoju i samodzielność w działaniu, to czynniki decydujące o atrakcyjności zadań zawodowych realizowanych przez absolwentów turystyki i rekreacji. Warto również dodać, iż badania pokazały szybko rosnące na przestrzeni ostatnich kilku lat, znaczenie tych czynników [7].

Brak zainteresowania sporej grupy respondentów działalnością gospodarczą należy wiązać głównie z brakiem odpowiednich środków finansowych, niezbędnych dla podejmowania tego typu inicjatyw. Podobne ustalenia przyniosły badania przeprowadzone w latach 2005 i 2006 na terenie Lubelszczyzny, gdzie brak odpowiedniego kapitału, podawano jako podstawową przyczynę nie podejmowania tego rodzaju

działalności [9].

Ankietowani studenci WWFiS wskazywali również na inne czynniki zniechęcające ich do „pracy na swoim”. Choć ich znaczenie wydaje się być dużo mniejsze, warto w tym miejscu przypomnieć, iż co 4-5 badany deklarował brak odpowiedniego przygotowania do tego typu działalności.

Możliwość zrealizowania planów biznesowych, rozumianych jako uruchomienie własnej, dobrze funkcjonującej działalności gospodarczej, zależy zwykle od trzech podstawowych elementów: kapitału, wiedzy oraz pracy [10]. Uczelnia zapewniając studentom wiedzę opiera się w swojej działalności dydaktycznej na obowiązujących dla danego kierunku studiów standardach kształcenia. Wytyczne określone dla kierunku turystyka i rekreacja już na poziomie licencjackim wskazują na konieczność przygotowania absolwenta do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Ta część badań, której celem było ustalenie wkładu, jaki wniosła uczelnia (studia) w przygotowywanie studentów do podejmowania własnych inicjatyw gospodarczych, pokazała istniejące braki w tym zakresie. Ankietowani oceniając przydatność wiedzy zdobytej podczas studiów w ramach poszczególnych przedmiotów, uznali ją w większości jedynie za dostateczną. Możliwości pozyskiwania środków finansowych oceniono jeszcze niżej, a zdobyte w tym zakresie kompetencje można uznać za niedostateczne. Jedynie swoje przygotowanie kierunkowe (turystyka i rekreacja) badani uznali jako dobre.

Taki stan rzeczy potwierdzają wyniki wcześniejszych badań zrealizowanych zarówno na poziomie licencjackim, jak i magisterskim na kierunku turystyka i rekreacja w WWFiS. Wskazywały one z jednej strony na nie w pełni satysfakcjonujące studentów przygotowanie ich do samodzielnej działalności gospodarczej, przy jednocześnie stosunkowo dużych oczekiwaniach pojawiających się na tej płaszczyźnie [11, 12, 13].

Przyczyną niskich kompetencji studentów TiR w zakresie własnej działalności gospodarczej wydają się być programy kształcenia, z analiz Jaworskiego wynika bowiem, że przedmioty z obszaru nauk ekonomicznych realizowane w warszawskiej AWF stanowią zaledwie ok. 16%, zaś nauki o kulturze fizycznej aż 34% w globalnym wymiarze zajęć studiów I stopnia [14]. Tymczasem wiedzę ekonomiczną uznaje się za niezwykle istotną z perspektywy przygotowania absolwenta wyższej uczelni dla potrzeb nowoczesnego biznesu [15].

Wnioski

1. Duże zainteresowanie studentów własną działalnością gospodarczą wskazuje na słuszność stworzenia im przez uczelnię lepszych warunków ułatwiających im podejmowanie tego typu inicjatyw.
2. Wsparcie ze strony uczelni, opierające się o lepsze przygotowanie absolwenta do pracy we własnej firmie mogłoby wpłynąć na większą skłonność do podejmowania tego typu działalności.
3. Zakres przedmiotów obejmujących treści ekonomiczne, realizowanych na kierunku turystyka i rekreacja wydaje się być zbyt mały w stosunku do potrzeb i oczekiwań studenta.

Podziękowania

Pracę wykonano w ramach projektu badawczego Wydziału Wychowania Fizycznego i Sportu w Białej Podlaskiej Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie – DS. 177 – finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Piśmiennictwo

1. Bednarczyk, M. (2010). Ku przyszłości polskiej turystyki – potencjał konkurencyjności sektora turystycznego. *Oeconomia* 9(4), 49-60.
2. Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. (2007). *Rozporządzenie w sprawie standardów kształcenia dla poszczególnych kierunków oraz poziomów kształcenia, a także trybu tworzenia i warunków, jakie musi spełniać uczelnia, by prowadzić studia międzykierunkowe oraz makrokierunki*. Warszawa: Dz. U. Nr 164, poz. 1166.
3. Januszewska, M. (2010). Innowacyjne przedsiębiorstwo turystyczne oparte na wiedzy. *Zeszyty Naukowe UE w Poznaniu* 145, 35-48.
4. Panasiuk, A. (2008). *Kadry w Gospodarce Turystycznej*. Szczecin: WNUS.
5. Kozioł, L. (2001). System zapewniania jakości kształcenia kadr w zakresie turystyki i rekreacji. *Zeszyty Naukowe AWF w Krakowie* 81, 29-40.
6. Winiarski, R. (2001). Sylwetka absolwenta wyższych studiów w zakresie turystyki i rekreacji. *Zeszyty Naukowe AWF w Krakowie* 81, 41-46.
7. Ministerstwo Sportu i Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej. (2010). *Losy absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki. Raport z badania*. Warszawa: IBC GROUP Central Europe Holding S.A.
8. Bednarska, M. (2008). Postawy przedsiębiorcze studentów kierunku turystyka i rekreacja – studium porównawcze Poznania i Sulechowa. W G. Gołembski (Red.), *Nowe trendy rozwoju turystyki* (str. 95-103). Sulechów: PWSZ w Sulechowie.
9. Rożnowski, B., Markowski K., Łobocki J. & Konefał K. (2007). *Postawy i zachowania uczestników lokalnego rynku pracy*. Lublin: Instytut Rynku Pracy – Fundacja Nowy Staw.
10. Olearnik, J. (2007). Obszary i formy działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta. W P. Wachowiak, M. Dąbrowski & B. Majewski (Red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna* (str. 114-119). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
11. Buchta, K., Skiert M. (2008). Assessment of professional qualifications and educational plans by tourism and recreation graduates. *Pol. J. Sport Tourism* 15(1-2), 69-72.
12. Buchta, K., Skiert M. (2009). Expectations of tourism and recreation students towards the course of education. *Pol. J. Sport Tourism* 16, 251-255.
13. Skiert, M., Buchta K. (2010). Studia licencjackie a przygotowanie zawodowe studenta turystyki i rekreacji. *Miscellanea Oeconomicae* 14, 77-85.
14. Jaworski, Z. (2008). *Studia Turystyki i Rekreacji w Polsce. Programy i Podmioty – Propozycje Standardów*. Warszawa: WSE ALMAMER.
15. Wach, K. (2007). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania. Stan obecny i proponowane kierunki zmian. W P. Wachowiak, M. Dąbrowski & B. Majewski (Red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna* (str. 120-127). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.

Otrzymano: 03.01.2012

Przyjęto: 01.03.2012