

ROZDZIAŁ 15

KOMPETENCJE ZAWODOWE I WZORCE PROFESJONALIZMU ZARZĄDZANIA ORAZ ICH ZNACZENIE DLA WSPÓŁPRACY SZKOLNICTWA WYŻSZEGO Z PRACODAWCAMI

Wstęp

W dziedzinie zarządzania coraz częściej wskazuje się na znaczenie wiedzy i kapitału ludzkiego jako najważniejszych zasobów organizacji. W konsekwencji powoduje to zwrócenie uwagi na rozwój wiedzy i odpowiednie pozyskiwanie, wykorzystanie i rozwój wiedzy organizacji i wiedzy pracowników. W ten kontekst wpisują się koncepcje zarządzania kompetencjami, organizacji uczącej się czy zarządzania wiedzą. Wzrost znaczenia wiedzy w organizacji oznacza zwrócenie uwagi na znaczenie w otoczeniu organizacji wyższych uczelni, które zarówno kształcą specjalistów, jak i prowadzą badania dostarczające wiedzę przydatną dla organizacji. Zmiany zachodzące w Polsce w ostatnich kilkunastu latach pokazują jakim zmianom podlegały zarówno organizacje jak i ich otoczenie. Szczególnym zmianom podlegały działy personalne w organizacjach zmuszone do przejścia od zarządzania personelem do zarządzania zasobami ludzkimi (Oleksyn, 2008, s. 21 - 55). Zmiany te były reakcją na transformację gospodarczą, ukształtowanie się gospodarki rynkowej w naszym kraju.

W artykule przedstawione zostanie zagadnienie współpracy szkolnictwa wyższego z organizacjami sektora rynkowego i publicznego. Zostaną wskazani następujący aktorzy, których działania mają istotne znaczenie dla efektywności rozwoju i wykorzystania kapitału wiedzy w polskich organizacjach: wyższe uczelnie, instytucje szkoleniowe oraz pracodawcy, organizacje sektora rynkowego i publicznego. W szczególności, przedmiotem zainteresowania będą studenci/ absolwenci, występujący z jednej strony w roli podmiotu podejmującego działania na rynku pracy z drugiej podmiotu będącego obiektem oddziaływania ze strony zarówno wyższych uczelni jak i pracodawców. Dla wyższych uczelni ich bezpośrednimi klientami, używając marketingowej nomenklatury, są kandydaci na studia i studenci. Jednakże zmiany w motywacjach podejmowania studiów wyższych, wzrost znaczenia aspektów instrumentalnych oraz postrzeganie edukacji na poziomie wyższym jako sposobu na budowanie swojej pozycji na rynku pracy powoduje, iż istotnym i dostrzeganym przez wyższe uczelnie klientem stają się również pracodawcy zatrudniający ich absolwentów. Powoduje to podejmowanie takich działań przez wyższe uczelnie jak udział w targach pracy, badanie losów absolwentów czy śledzenie rankingów informujących o pozycji zawodowej w opiniach pracodawców.

Do analiz relacji między wymienionymi kategoriami aktorów wykorzystywana jest kategoria kompetencji zawodowych. Kompetencje zawodowe zostały zidentyfikowane jako zmienne wpływające w istotny sposób na efektywność pracowników na danych stanowiskach w określonej organizacji. Mimo znacznych różnic między badaczami w definiowaniu tego pojęcia (Rakowska, Sitko – Lutek, 2000), większość z nich wskazuje na wiedzę, umiejętności oraz motywacje związane z realizacją zadań wynikających z pracy na danym stanowisku (Rostkowski, 2004). Badania kompetencji idą w kierunku identyfikacji różnych rodzajów

wiedzy oraz umiejętności właściwych danym stanowiskom. Szczególnie wiele uwagi poświęcali badacze kategorii menedżerów. Najpopularniejszymi metodami w takich badaniach są ankiety i wywiady z kadrą menedżerską w celu poznania satysfakcji z posiadanej wiedzy oraz deklaracji w jakich obszarach chcieliby się dokształcać.

Badania kompetencji, mimo, iż skoncentrowane są na organizacji i wykorzystywaniu oraz rozwoju potencjału wiedzy i umiejętności jej członków wskazują także na czynniki wpływające na ich poziom. Kompetencje powiązane są z realizacją ról zawodowych, a te z kolei uwarunkowane są przez szereg czynników o charakterze społeczno – kulturowym. Tadeusz Oleksyn zwraca uwagę na prestiż, oczekiwania środowiska, normy etyczne, normy kulturowe oraz tradycję, lecz nie wskazuje na aktorów kształtujących standardy ról zawodowych, ani sposobu w jaki się to dokonuje (Oleksyn, 2006, s. 36). W odniesieniu do ról zawodowych specjalistów, dla których podstawą pozycji zawodowej jest posiadana przez nich wiedza teoretyczna ważnymi aktorami kształtującymi te standardy są stowarzyszenia zawodowe (Górski 2008a). W odniesieniu do standardów ról zawodowych warto zatem zwrócić uwagę nie tylko na kategorię kompetencji zawodowych, ale także na kategorię wyobrażeń dotyczących profesjonalizmu czy wzorców ról zawodowych. Badanie wyobrażeń, jako kategorii kulturowych jest uzasadnione tym, iż - jak pokazują badania kompetencje pracownicze - ich kształtowanie i wykorzystanie związane jest z kulturą organizacyjną, a ta, jak wiadomo, w wieloraki sposób powiązana jest z kulturą otoczenia.

Zdaniem wspomnianego wcześniej autora zwrócenie uwagi na relację między rozwojem kompetencji pracowniczych a uczelniami wyższymi wynika z tendencji do podnoszenia poziomu wykształcenia pracowników, co powoduje, iż coraz częściej na stanowiskach nierobotniczych zatrudnia się osoby z wyższym wykształceniem. „To – zdaniem Oleksyna - dobry, a przy tym stosunkowo tani sposób szybkiego dostępu do aktualnej wiedzy oraz pozyskania ludzi, którzy nie tylko rozumieją procesy zachodzące we współczesnym świecie i współczesnych organizacjach, ale także będą w stanie wiedzę tę aktualizować i wdrażać. Ponadto, będąc przyzwyczajeni do uczenia się, potrafią śledzić światowy i krajowy postęp w swoich dyscyplinach i sprawić, że dana organizacja będzie w stanie dotrzymać kroku zachodzącym w otoczeniu zmianom i dokonującym się postępowi ” (Oleksyn, 2006, s.224) Należy zgodzić się z autorem, iż takie założenia mogą się sprawdzić pod warunkiem, że szkolnictwo wyższe potrafi zapewnić odpowiednio wysokie standardy kształcenia, a organizacje zatrudniające specjalistów potrafią docenić ich potencjalne możliwości i stworzyć warunki sprzyjające wykorzystaniu i rozwojowi kapitału intelektualnego tych ludzi.

Dla osiągnięcia wysokiej jakości przygotowania absolwentów wyższych uczelni potrzebna jest współpraca wszystkich aktorów wpływających na kształtowanie i realizację ról zawodowych, a więc obok wyższych uczelni również pracodawców, stowarzyszeń zawodowych oraz instytucji szkoleniowych. W wypracowaniu form współpracy pomocne są zarówno badania kompetencji, jak i wyobrażeń oraz wzorców ról społecznych. Dalsza część artykułu poświęcona będzie prezentacji badań empirycznych, których przedmiotem była ocena własnych kompetencji zawodowych przez studentów, wyobrażeń studentów o profesjonalizmie zarządzania oraz analiza medialnych wizerunków osób odnoszących sukcesy w zarządzaniu przedsiębiorstwami turystycznymi. Badania ze studentami kończącymi studia na kierunku zarządzanie i marketing, specjalność zarządzanie w turystyce zostały przeprowadzone w maju 2007 roku (Górski, 2009)). Wizerunek medialny menedżerów przedsiębiorstw turystycznych został zrekonstruowany na podstawie artykułów publikowanych w „Wiadomościach Turystycznych” (Górski, 2008b).

Ocena własnych kompetencji w ocenie badanych studentów

Najczęściej stosowaną metodą w badaniach kompetencji zawodowych są wywiad, lub

ankieta przeprowadzone wśród osób, których poziom kompetencji jest poznawany w oparciu o przyjęty model badawczy uwzględniający wiedzę i umiejętności. Rakowska i Sitko – Lutek w swoich badaniach kompetencji menedżerów wykorzystały model D.A Whettena i KS Camerona i wyróżniły sześć kluczowych obszarów wiedzy: techniczna związana z pracą, marketing, finanse, prawo, kadry, zarządzanie oraz dziewięć umiejętności kierowniczych:

efektywność osobista, umiejętności koncepcyjne, kierowanie stresem, komunikacja, motywowanie, władza, wywieranie wpływu, rozwiązywanie konfliktów, praca zespołowa, wprowadzanie zmian (Rakowska i Sitko – Lutek, 2000, s.58). Celem badań stanowiących empiryczną ilustrację prowadzonych rozważań dotyczących wykorzystania badań kompetencji zawodowych i wyobrażeń studentów o profesjonalizmie zarządzania było ukazanie motywacji podjęcia studiów, oceny wiedzy uzyskanej podczas studiów z perspektywy aspiracji zawodowych badanych studentów oraz działań podejmowanych przez studentów dla nabywania doświadczeń zawodowych, których poznanie zostało ograniczone do oceny umiejętności uzyskanych podczas praktyk zawodowych.

Pytania o motywacje podjęcia studiów pokazują istotną różnicę między studentami stacjonarnymi i niestacjonarnymi. Ci ostatni znacznie częściej w wyborze kierunku studiów kierowali się “możliwością osobistego rozwoju zawodowego” (37,5%) oraz “zamiarem założenia w przyszłości własnej firmy” (22%). Odpowiedzi te można interpretować w kategoriach postrzegania edukacji w szkole wyższej nie tylko jako środka do realizacji celów zawodowych, ale także jako oczekiwanie, iż edukacja w szkole wyższej przyczyni się do ich rozwoju zawodowego, podniesienia ich poziomu kompetencji zawodowych jako przyszłych menedżerów.

Ocena przydatności wiedzy uzyskanej podczas studiów (patrz tab. 1) pokazuje, iż studenci kończący studia są świadomi znaczenia wiedzy niezbędnej dla osiągnięcia statusu profesjonalnego i kompetentnego menedżera. Odsetki dotyczą osób uważających, że dana dziedzina wiedzy okaże się bardzo przydatna lub przydatna w przyszłej pracy zawodowej. Wysoko oceniają znaczenie dziedzin wiedzy wyróżnionych przez lubelskie badaczki, co świadczy o internalizacji wzorów profesjonalizmu zarządzania oraz świadomości czekających ich wyzwań.

Tabela 1. Ocena przydatności wiedzy uzyskanej podczas studiów

Dziedzina wiedzy	Studenci stacjonarni	Studenci niestacjonarni
wiedza z dziedziny ekonomii	70%	93,8%
wiedza z dziedziny marketingu	80%	93,8%
ogólna wiedza humanistyczna	40%	77,4%
ogólna wiedza z dziedziny zarządzania	75%	93,8%
specjalistyczna wiedza z dziedziny zarządzania	70%	96,9%
wiedza z dziedziny informatyki	75%	81,3%
wiedza z dziedziny finansów i rachunkowości	60%	68,8%
wiedza z dziedziny prawa	55%	90,6%
Znajomość języków obcych	80%	93,8%

Źródło: opracowanie własne.

Kompetencje menedżerskie to nie tylko wiedza, ale i umiejętności i możliwość wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce oraz poznanie rzeczywistości organizacyjnej poprzez działanie. O świadomości znaczenia tych form kształcenia świadczą odpowiedzi badanych studentów dotyczących pracy podczas studiów. Wielu z nich pracowało podczas studiów, w tym także w przedsiębiorstwach branży turystycznej i to zagranicą. Praca ta stanowiła okazję nie tylko do poznania specyfiki branży turystycznej, ale także konfrontacji wiedzy uzyskanej podczas studiów z wymaganiami pracodawców.

Ważnym elementem procesu dydaktycznego z punktu widzenia rozwoju kompetencji przyszłych menedżerów są praktyki zawodowe. Jak pokazują dane w tabeli 2 wiele czynności i umiejętności, które pragnęli nabyć studenci podczas praktyk zawodowych nie zostało przez nich przyswojonych. Na uwagę zasługują czynności kadrowe, tak ważne dla kompetencji współczesnych menedżerów. Krytyczna ocena praktyk zawodowych pojawia się również w badaniach innych autorów. Wynika to zarówno z niechęci pracodawców oraz złego przygotowania praktyk (Sprawy Nauki, 2007), jak i braku zachęt finansowych dla przedsiębiorstw w postaci uwzględnionych w przepisach podatkowych, a także nieznaną przez naukowców realiów biznesowych i rynku, na którym funkcjonuje przedsiębiorstwo (Pluta-Olearnik, 2007).

Tabela 2. Ocena wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas praktyk

Dziedzina	Studenci stacjonarni		Studenci niestacjonarni	
	chciałem się nauczyć i nauczyłem się	chciałem się nauczyć ale nie nauczyłem się	chciałem się nauczyć i nauczyłem się	chciałem się nauczyć ale nie nauczyłem się
obsługa programów komputerowych	32,5%	50,0%	46,0%	25
obsługa sprzętu biurowego	52,0%	17,0%	59,4%	15,6
współpraca z klientami	50,0%	30,0%	71,9%	9,4
zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa	40,0%	37,5%	66,5%	12,5
współpraca z pracownikami	57,5%	15,0%	56,3%	15,6
wypełnianie dokumentacji	45,0%	32,5%	43,8%	31,3
archiwizacja dokumentów	22,5%	42,5%	31,3%	40,6
czynności kadrowe	12,5%	52,5%	28,1%	40,6
organizacja pracy	32,5	25,0%	68,8%	12,5

Źródło: opracowanie własne.

Dalsze pytania ankiety pozwalały na poznanie satysfakcji z wybranego kierunku studiów. Na uwagę, podobnie jak w przypadku motywacji podjęcia studiów zasługuje różnica między studentami stacjonarnymi i niestacjonarnymi. Motywacje podjęcia studiów przez stu-

dentów stacjonarnych były znacznie częściej dość ogólnikowe, np. “znalezienie ciekawej pracy” czy “chęć podróżowania i poznawania świata” i znacznie więcej spośród nich było niezadowolonych z wybranego kierunku studiów (57,5%); niezadowolonych niestacjonarnych tylko 15,6%. Na uwagę zasługują deklaracje znacznego odsetka badanych studentów, zarówno stacjonarnych (40,0%), jak i niestacjonarnych (43,8%) pragnienia pracy w innym zawodzie, w innej branży niż turystyczna. Wyniki badań nie dają podstaw do krytycznych ocen kapitału wiedzy uzyskanego przez absolwentów tego kierunku. Badanie ich losów zawodowych mogłoby dać dodatkowe informacje dotyczące ich poziomu kwalifikacji i wartości uzyskanego dyplomu oraz dostarczyć przesłanek dla modyfikacji programu i oferty dydaktycznej uczelni. Wartość edukacji na poziomie wyższym tkwi bowiem nie tyle w dostarczaniu wiedzy i umiejętności, co przede wszystkim w umiejętności rozpoznawania wymagań, realizacji stawianych zadań i samodzielnego podnoszenia kwalifikacji i nabywania umiejętności związanych z tymi zadaniami i wymaganiami pracodawcy. Z badań prowadzonych wśród absolwentów SGH wynika, iż bezpośrednio po ukończeniu studiów ich kompetencje nieco odbiegają od wymagań pracodawców, jednak nabyta wiedza i umiejętności samokształceniowe pozwalają im stosunkowo szybko dostosować się do tych wymagań (Macioł, Minkiewicz, 2008).

Wyobrażenia studentów o profesjonalizmie zarządzania i wzór medialny menedżera przedsiębiorstw turystycznych

O ile badania ankietowe dają możliwość odpowiedzi na pytania o subiektywną ocenę kształcenia na poziomie wyższym dokonaną przez badanych studentów i powiązania jej z motywacjami wyboru kierunku studiów wyższych oraz aspiracjami zawodowymi, to nie pozwalają jednak na uchwycenie czegoś, co dla samych aspiracji i motywacji realizacji roli zawodowej jest niezmiernie ważne, mianowicie wyobrażeń dotyczących profesjonalizmu zarządzania oraz wzorów ról zawodowych. Badanie kompetencji zawodowych wynika z przeświadczenia, iż charakterystyka pracownika wyrażająca się w jego wiedzy, umiejętnościach i motywacjach istotnych z punktu widzenia jego roli w organizacji i realizacji zadań znajduje przełożenie na efektywność jego pracy w organizacji. Jednak rola zawodowa osadzona jest w szerszym kontekście społeczno – kulturowym. Wzorce ról społecznych są elementem procesów socjalizacji i są powiązane z systemem norm i ocen tworzących system kontroli społecznej. Od internalizacji tych norm, wzorów i wartości przez jednostkę zależy to, jak rola jest realizowana przez nią w interakcjach z innymi członkami organizacji oraz w szerszych kręgach społecznych. Wzory te i wartości mają również istotne znaczenie dla kształtowania aspiracji zawodowych jednostek oraz ich społecznej tożsamości, bowiem identyfikacja ze środowiskiem zawodowym staje się dla wielu jedną z najważniejszych identyfikacji i podstawą prestiżu społecznego. Jest to szczególnie widoczne w przypadku kategorii wolnych zawodów (professions). W ich przypadku stowarzyszenia zawodowe wypracowują nie tylko standardy ról zawodowych, ale przede wszystkim ideologie zawodowe uzasadniające pozycję społeczną swej kategorii odwołującą się do kategorii służby społecznej, wypracowują system socjalizacji swoich członków zawierający elementy kontroli i podejmują działania regulujące dostęp do wykonywania zawodu. Kategorie takie jak prawnicy czy lekarze stali się dla wielu innych kategorii zawodowych specjalistów wzorem dla realizacji swych zawodowych interesów i organizacji środowiska zawodowego. Jednak wzrost znaczenia rynku i aktywności państwa w XX stuleciu powodował, iż status wolnych zawodów podlegał zmianie, dawały się nie tylko zauważyć tendencje do uzależnienia tych środowisk od państwa jako pracodawcy, szczególnie w sektorze publicznym, ale także przejęcie przez te środowiska strategii pracowników najemnych w realizacji własnych interesów zawodowych, o czym świadczą akcje protestacyjne lekarzy, sędziów i nauczycieli (Górski, 2008a).

Stowarzyszenia zawodowe obok uczelni, firm szkoleniowych i organizacji zatrudniających specjalistów zostały wskazane jako jeden z aktorów kształtujących standardy ról zawodowych i wyobrażenia dotyczące profesjonalizmu zarządzania. Stawiam tezę, iż zgodność takich wzorców jest warunkiem nie tylko prawidłowej socjalizacji adeptów zarządzania, ale także współpracy wspomnianych aktorów w procesie tworzenia kapitału wiedzy i kształtowania kompetencji zawodowych pracowników. „Wyobrażenia społeczne” zdaniem Bronisława Baczki są konstruktem pozwalającym interpretować rzeczywistość społeczną. W wyobrażeniach społecznych, jego zdaniem, znajdują się „globalne przedstawienia życia społecznego, jego aktorów, instancji i autorytetów, mity polityczne, wizerunki „liderów. itp.” (Baczko 1994, s. 45). Wyznaczają one podział ról i pozycji społecznych, wyrażają i narzucają pewne wspólne wierzenia, w szczególności ustalając wzorce ról, stosunek do przeszłości i przyszłości (tamże, s. 40).

Badania, których celem było poznanie wyobrażeń studentów dotyczących profesjonalizmu zarządzania polegały na analizie ich swobodnych wypowiedzi poświęconych zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym. Analiza ta pozwoliła na ukazanie treści tych wyobrażeń oraz określenia wpływu procesu dydaktycznego w uczelni wyższej na wyobrażenia studentów o profesjonalizmie zarządzania. W wyobrażeniach tych na uwagę zasługuje traktowanie profesjonalizmu jako pewnego obowiązującego standardu, którego realizacja przez zatrudnionych w przedsiębiorstwie pracowników świadczy o jakości ich przygotowania zawodowego, a także świadczy o samym przedsiębiorstwie. Jest jego wizytówką i decyduje o jego pozycji na rynku.

Dla studentów używane słowo – „profesjonalizm zarządzania” posiada wartościujące, zdecydowanie pozytywne konotacje, np. przez jednego z wypowiadających się było przeciwstawiane improwizacji. Profesjonalizm zarządzania w przedsiębiorstwie turystycznym wyraża się - zdaniem badanych studentów - w zorientowaniu podejmowanych działań na klienta, na zaspokojenie jego potrzeb w przekonaniu, iż zadowolony klient stanowi kapitał firmy i jest najlepszą jej wizytówką. Kolejnym elementem wyobrażeń dotyczących profesjonalizmu zarządzania jest posiadana wiedza i doświadczenie. Rozwijając ten wątek studenci częściej odwołują się do wiedzy dotyczącej poszczególnych funkcji zarządzania, w czym przejawia się wpływ procesu kształcenia. Ponadto w swoich wypowiedziach odwołują się do uzasadnień pochodzących z podręczników zarządzania i marketingu. Podkreślają, iż wiedzę tę trzeba rozwijać, wzbogacać, czemu służyć ma nie tylko czytanie fachowej literatury, ale także udział w szkoleniach, w targach, czy konferencjach.

Obraz profesjonalizmu zarządzania zrekonstruowanym na podstawie wypowiedzi studentów zawiera także pewne cechy osobowości menedżera profesjonalisty. Studenci wskazywali na uczciwość, pracowitość, odpowiedzialność, rzetelność, ambicję i komunikatywność. Cechy te są przydatne nie tylko w obsłudze klientów, ale także we współpracy z przełożonymi i współpracownikami. Studenci dostrzegają konieczność osobistego zaangażowania pracowników w realizację celu przedsiębiorstwa, wskazują na otwartość na nowe doświadczenia i innowacyjność.

Ich wyobrażenia o profesjonalizmie zarządzania świadczą z jednej strony o wpływie uczelni, gdyż nie tylko są przekonani o wartości wiedzy z dziedziny zarządzania i marketingu, ale także wpływ ten jest widoczny w ich argumentacji, używanych kategoriach, powiązaniu oczekiwań wobec pracowników ze zmianami dokonującymi się w otoczeniu przedsiębiorstw. Wyobrażenia te mogą świadczyć o świadomości istnienia pewnych standardów wyznaczających nie tylko oczekiwania wobec pracowników sektora turystycznego, ale także ich oczekiwań wobec stylu zarządzania i kompetencji ich pracodawców.

Do zrekonstruowania wyobrażeń o profesjonalizmie zarządzania sformułowanym przez środowiska zawodowe wybrano publikacje z „Wiadomości Turystycznych” z 2007 roku poświęcone osobom prowadzącym biura podróży. Zawierały one informacje pozwalające na

odczytanie ich ścieżek kariery zawodowej oraz pozwalające poznać ich opinie na temat motywacji do pracy w branży turystycznej, rozumienia czym jest sukces w tej dziedzinie aktywności zawodowej oraz jakie są recepty na jego osiągnięcie. Mimo, że każda publikacja poświęcona była innej osobie, to jednak w sposobie ich prezentacji łatwo zauważyć pewien schemat. Dominującymi elementami charakterystyki tych osób były z jednej strony traktowanie podróży jako życiowej pasji, z drugiej konsekwencja działania, upór i pracowitość. To te cechy zadecydowały, że osoby, które posiadały bardzo różne, najczęściej nie związane z zarządzaniem i turystyką wykształcenie odniosły w tej dziedzinie sukces. Ich recepta na sukces wzbogacona jest o różnorodne doświadczenia zawodowe. Natomiast stosunkowo niewiele uwagi w ich charakterystyce poświęcono posiadanej przez nich wiedzy. Jeśli już, to wskazywano na wiedzę zdobytą dzięki doświadczeniu zawodowemu, wiedzę pomocną w rozwiązywaniu problemów, podejmowaniu decyzji dotyczących zarządzania przedsiębiorstwem. Znacznie więcej uwagi przypisują cechom charakteru, pracowitości, uczciwości, sumienności i umiejętności doboru współpracowników.

Zatem wzorzec zawarty w analizowanych publikacjach doskonale wpisuje się w tradycyjny wzorzec sukcesu określany jako *self made man*. Osoba dążąca do sukcesu musi być swojej pracy, skoncentrowana na musi się jej całkowicie oddać i musi posiadać bardzo wyraźną wizję celu, do którego zmierza. Jest to charakterystyczne dla małych, rodzinnych przedsiębiorstw. Bohaterowie całkowicie poświęcający się swej pracy znajdują oparcie w najbliższych we współmałżonkach, rodzicach, dzieciach. Poświęcenie się pracy zawodowej pochłania jednak czas, co powoduje, iż realizacja własnej pasji podróżowania jest coraz trudniejsza. Każdy z bohaterów artykułów o tym wspomina zaznaczając jednak, iż nadal stara się podróżować. Te podróże wzmacniają ich wizerunek jako osób dla których sukces w prowadzenia przedsiębiorstwa turystycznego związany jest z życiową pasją, jaka są podróże.

Zakończenie

W rozwoju gospodarki opartej na wiedzy i rozwoju kompetencji zawodowych specjalistów dużą rolę odgrywa współpraca trzech aktorów wpływających na proces ich socjalizacji, instytucji edukacyjnych, organizacji zatrudniających specjalistów oraz ich środowisk zawodowych. Współpraca ta bazować musi nie tylko na wypracowaniu standardów dotyczących kompetencji zawodowych obejmujących wiedzę i umiejętności przydatne w realizacji ról zawodowych i osiąganiu celów organizacji, ale także zgodności wyobrażeń dotyczących wzorów ról zawodowych, te bowiem przekładają się na sferę motywacji i identyfikacji z daną kategorią zawodową. Współpraca ta opiera się na komunikowaniu i posiadaniu informacji dotyczących nie tylko wymaganych od specjalistów kompetencji, które muszą znaleźć odzwierciedlenie w ofercie dydaktycznej uczelni i programach szkoleniowych, ale także w poznaniu wyobrażeń i wzorów ról zawodowych przyjmowanych przez każdego z aktorów. Informacje przydatne do współpracy można uzyskać korzystając z różnych źródeł oraz ilościowych i jakościowych metod badawczych. W artykule zostały wykorzystane wyniki badań wykorzystujące takie metody badawcze.

Wyniki przeprowadzonych badań pokazują, iż w przypadku branży turystycznej występują różnice między wyobrażeniami studentów i wzorcami medialnymi profesjonalizmu menedżerów kierujących przedsiębiorstwami turystycznymi, będącymi wyrazem wyobrażeń dotyczących profesjonalizmu zarządzania właściwych środowiskom zawodowym. Różnice te mogą świadczyć nie tylko o barierach w komunikowaniu między wspomnianymi aktorami, ale także mogą skutkować powstawaniem warunków, które nie będą sprzyjać wykorzystaniu i rozwojowi kapitału intelektualnego absolwentów zarządzania w turystyce. Zwrócenie uwagi na kategorie wyobrażeń i wzorów ról społecznych znajduje oparcie w koncepcjach socjologicznych wyjaśniających relacje między osobowością a kulturą i dlatego jest przydatne w badaniu

uwarunkowań procesów rozwoju kompetencji zawodowych oraz wypracowania płaszczyzny współpracy między szkolnictwem wyższym a pracodawcami i środowiskami zawodowymi. Zatem odpowiedź na postawione w tytule artykułu pytanie może wskazywać na komplementarność badań kompetencji zawodowych oraz wyobrażeń dotyczących profesjonalizmu i wzorów ról zawodowych i ich społeczno – kulturowych uwarunkowań.

BIBLIOGRAFIA:

1. Baczek B., (1994), Wyobrażenia społeczne: Szkice o nadziei i pamięci zbiorowej, PWN, Warszawa.
2. Górski P., (2008a), Profesjonalizacja zarządzania a edukacja menedżerska, w: Organizacje w gospodarce innowacyjnej – Aspekty społeczne, prawne i psychologiczne. Redakcja naukowa. W. Pawlik, L. Zbiegień – Maciąg. Wydawnictwo AGH Kraków.
3. Górski P., (2008b), Profesjonalizm zarządzania. Wyobrażenia studentów i menedżerów, w: Edukacja w gospodarce opartej na wiedzy. Pod redakcją Marii Fic. Uniwersytet Zielonogórski Zielona Góra.
4. Górski P., (2009), Studenci zarządzania w turystyce o swoich studiach i aspiracjach zawodowych, „Zarządzanie Publiczne” nr 5.
5. Macioł S, Minkiewicz B., (2008), Kompetencje absolwentów uczelni ekonomicznej. Przykład SGH, w: Studia ekonomiczne – czy tylko wiedza i umiejętności. Pod red. J. Dietla i Z. Sapijaszki. Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości Łódź, s. 155 - 173.
6. Oleksyn T., (2006), Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka. Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
7. Oleksyn T., (2008), Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji. Kanony, realia, kontrowersje. Oficyna a Wolters Kluwer business, Kraków.
8. Pluta-Olearnik M., (2007), Relacje partnerskie uczelni z podmiotami otoczenia a kreowanie postaw przedsiębiorczych, http://fundacja.edu.pl/przedsiębiorczosc/_referaty/sesja_IIIb/29.pdf (stan na dzień 08.04.2009).
9. Rakowska A., Sitko – Lutek A, (2000), Doskonalenie kompetencji menedżerskich, PWN Warszawa
10. Rostkowski T., (2004), Zarządzanie kompetencjami w UE, w: Standardy europejskie w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Red. M. Juchnowicz. Poltext, Warszawa.
11. Sprawy Nauki, 2007, Biuletyn Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego nr 3 (124).