

Oferta edukacyjna a wymagania rynku pracy w opinii absolwentów wyższych szkół zawodowych

Monika A. Łęska*, Marek Kuźmicki**

Słowa kluczowe: wyższa szkoła zawodowa, oferta edukacyjna, rynek pracy

Keywords: higher vocational school, educational offer, job market

Synopsis: Zmiany społeczno-gospodarcze dokonujące się w Polsce oraz szeroko rozumiany postęp techniczny stanowią źródło przeobrażeń zachodzących w systemie oświatowym, jak również w postrzeganiu edukacji przez społeczeństwo. Społeczeństwa opartego na wiedzy nie zbuduje się bez edukacji dostosowanej do potrzeb, stanowiącej we wszystkich krajach UE dziedziny strategiczne. To z edukacją i wiedzą związały się przymiotniki „konkurencyjna” czy „innovacyjna”, odmieniane przez wszystkie przypadki. „Edukacja” to słowo-klucz dla współczesnych kryzysów gospodarczych i lęków. Edukacja przyszłości to rozwijanie i aktualizowanie swojej wiedzy przez całe życie, nastawienie na bycie aktywnym i podtrzymywanie postaw wiedzy. Docenianie znaczenia relacji pomiędzy kształceniem specjalistów w zakresie turystyki w systemie zawodowego szkolnictwa wyższego a potrzebami pracodawców wynika ze znaczenia wiedzy dla rozwoju gospodarczego. Stworzenie gospodarki opartej na wiedzy oraz dążenie do tego, aby społeczeństwo stało się społeczeństwem wiedzy to główne cele Strategii lizbońskiej. Realizacja tak postawionych zadań stwarza jednocześnie konieczność określenia celów dla edukacji oraz perspektywicznej koordynacji podmiotów rynku pracy i edukacji, aby nie doprowadzić do kształcenia potencjalnie bezrobotnych.

Wstęp

Szkoły wyższe stoją obecnie przed nowymi wyzwaniem, będącymi rezultatem przemian polityczno-społeczno-kulturowych społeczeństw oraz przede wszystkim przemian na rynkach pracy w Europie i na świecie. Nowe wyzwania mają swoje główne źródła w dynamicznych zmianach otoczenia szkolnictwa wyższego oraz wyzwaniach strategicznych wynikających z konieczności odnalezienia się uczelni w rzeczywistości szkolnictwa w perspektywie następnego dziesięciolecia [Pawlikowski, s. 34].

Każda szkoła wyższa funkcjonuje w trzech podstawowych wymiarach życia społeczno-gospodarki (rynek usług edukacyjnych), polityki (zapewnienie kadr dla funkcjonowania państwa i społeczeństwa) oraz wiedzy (nauka i jej wyniki). Strategia działania uczelni oparta jest na autonomii działań, ale zmiany w otoczeniu wpływają w sposób oczywisty na strategię i taktykę działań. Zmiany w otoczeniu w wymienionych wymiarach dotyczą współcześnie przemian demograficznych oraz postępujących procesów globalizacyjnych [Pawlikowski, s. 35–36].

Tempo przemian ekonomiczno-technologicznych gospodarki w ostatniej dekadzie potęguje efekt nieprzystosowania systemu wyższego szkolnictwa do wymagań rynku pracy. Zmiany gospodarcze przekładają się na wymagania stawiane przez pracodawców, dotyczące m.in. kompetencji pracowników, jakości pracy oraz dążenia do podnoszenia konkurencyjności na rynku. Strategie przedsiębiorstw realizowane są poprzez najnowsze rozwiązania technologiczne oraz innowacyjne formy organizacji pracy, które wymagają zmiany trybu i sposobu funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz mentalności i aspiracji pracowników. Oznacza to, że mają oni być elastyczni i kreatywni w swoich działaniach.

* Dr Monika A. Łęska, Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej.

** Dr Marek Kuźmicki, Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej.

Ważna jest również motywacja, akceptacja innowacji oraz umiejętność pracy w zespole. Wymogi te oznaczają przejście do aspektów jakościowych w zakresie polityki zatrudnienia, z silnym akcentem roli kompetencji zawodowych uzyskanych w systemie kształcenia [TNO *Quality of life*, 2008, s. 2–5; De Cuyper, De Witte, Isaksson, 2005, s. 225–244]. Nowoczesny system edukacji w swej polityce kształcenia musi uwzględniać mobilność i zapotrzebowanie zmiennego i dynamicznego rynku pracy. Cel ten staje się jednym z najważniejszych zadań nowoczesnego systemu kształcenia w obliczu innowacyjnej gospodarki [Linert, s. 6–7].

Rynek pracy jest strukturą bardzo skomplikowaną o wysokim stopniu złożoności. Jest on wielopłaszczyznowy, a składa się na niego splot czynników ekonomicznych, demograficznych, prawnych, psychospołecznych i wielu innych [Fedorowicz, 1996]. Współczesny rynek pracy charakteryzuje się: spadkiem znaczenia korporacji (od przedsiębiorstwa wielkiej masy do wysokiej wartości), rewolucją informatyczną, globalizacją, zmianami demograficznymi, zmianami w przebiegu biografii zawodowych oraz zmianami własnościowymi [Drozdowski, 2002, s. 81]. Czynniki te wpływają w znacznej mierze na cele i treści edukacji, także tej realizowanej na poziomie studiów wyższych.

W Polsce kształcenie kadr dla turystyki rozpoczęto w latach 30. XX w. Pierwsze Studium Turyzmu powstało w 1936 r. na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie z inicjatywy prof. Stanisława Leszczyckiego. Po II wojnie światowej kształcenie na poziomie wyższym rozpoczęto dopiero w 1956 r. w Szkole Głównej Planowania i Statystyki w Warszawie. Na Wydziale Handlu Zagranicznego powołano Zakład Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki. W 1962 r. powołano w warszawskiej Akademii Wychowania Fizycznego Katedrę Turystyki, jednak do 1974 r. kształcenie kadr na poziomie wyższym odbywało się tylko w formie specjalności realizowanych w ramach innych kierunków studiów lub studiów podyplomowych. Podobne wydziały i kierunki powstały w 1975 r. w AWF-ie w Krakowie i we Wrocławiu. Właściwie do końca lat 80. XX w. kształcenie na kierunku turystyka i rekreacja miało charakter elitarny; liczba absolwentów tego kierunku według danych UKFiT, któremu wówczas podlegały AWF-y, do roku 1990 wyniosła 3340 osób [Winiarski, 2004, s. 38]. Równoległe z akademiemi wychowania fizycznego kształcenie w zakresie turystyki podjęły uniwersytety (łódzki, warszawski, wrocławski) oraz akademie ekonomiczne (Kraków, Poznań, Jelenia Góra) [Kruczek, 1993]. Prawdziwy wzrost zainteresowania nastąpił jednak po 1993 r. i uwarunkowany był wieloma czynnikami, m.in. powołaniem niepublicznych wyższych szkół zawodowych i rozwojem turystyki zagranicznej. Duży udział w tych zmianach miała ustawa o wyższych szkołach zawodowych (ustawa z dnia 26 czerwca 1997 r., Dz. U. Nr 96, poz. 590 z późn. zm. Uczelnie te działają obecnie w oparciu o ustawę z dnia 27 lipca 2005 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym, Dz. U. Nr 164, poz. 1365 z późn. zm.), na podstawie której szkoły te, prowadzące tzw. specjalność zawodową, działały do roku 2005. Rynek edukacyjny w zakresie kształcenia kadr dla turystyki oraz rynek pracy w sektorze usług turystycznych jest stale monitorowany, ponieważ nadal wykazuje tendencje rozwojowe. Pomimo tych działań nadal nie jest w pełni kompatybilny z preferencjami i chłonnością rynku pracy. Często również absolwenci kierunku turystyka i rekreacja, kształceni zgodnie z obowiązującymi standardami, nie do końca spełniają oczekiwania pracodawców z sektora usług turystycznych.

Istnieje społeczne przekonanie, że możliwość znalezienia satysfakcjonującego miejsca na nierównoważonym rynku pracy zależy od kategorii społecznej. Inna jest sytuacja kobiet i mężczyzn, mieszkańców miast i wsi czy nisko i wąsko wykwalifikowanych pracowników. Konsekwencją takiego myślenia było (i po części nadal jest) przekonanie, że posiadanie wyższego wykształcenia stanowi ważny atut w poszukiwaniu (lepszego) pracy lub nawet daje gwarancję jej pozyskania. Na skutek takiego przekonania wyjątkowo dotkliwie odczuwany jest brak zatrudnienia przez absolwentów szkół wyższych lub brak satysfakcji na skutek zdobycia pracy niezgodnej z zainteresowaniami czy kwalifikacjami. W tej sytuacji spojrzenie z perspektywy absolwentów wyższych uczelni i zestawienie ich zawodowych i edukacyj-

nych aspiracji z chłonnością i potrzebami regionalnego rynku pracy stanowi niezwykle istotny element.

Metodyka badań

Celem przeprowadzonych badań była odpowiedź na pytanie, w jakiej mierze oferta edukacyjna szkół wyższych odpowiada (i będzie odpowiadać w prognozowanej perspektywie) wymaganiom rynku pracy. Teza główna pracy wskazuje, że oferta edukacyjna szkół wyższych nie odpowiada wielkości i strukturze potrzeb regionalnego rynku pracy. Problem badawczy stanowił zakres zbieżności oczekiwań przedsiębiorców wobec absolwentów ubiegających się o zatrudnienie z oczekiwaniami wobec przyszłej pracy tychże absolwentów.

Wykorzystując zasadę doboru celowego, wytypowano teren badań (Polska Wschodnia) oraz podmioty badane (Państwowe Wyższe Szkoły Zawodowe), natomiast technika losowego doboru została zastosowana przy typowaniu respondentów w ankietach audytoryjnych. Kwestionariusz ankiet audytoryjnych został skierowany do studentów ostatnich lat studiów. Pytania w większości miały charakter zamknięty, zaopatrzone były w kafeterię zamkniętą, półotwartą lub koniunktywną, sformułowane jednoznacznie i konkretnie. W prowadzonych badaniach posłużono się również wywiadem konwersacyjnym, tzn. takim, w którym respondent znał cel, charakter i przedmiot wywiadu, a rozmowa z nim dawała możliwość swobodnej wymiany zdań. Materiał badawczy zawiera 542 ankiety audytoryjne ze studentami ostatnich lat studiów licencjackich wyższych szkół zawodowych Lubelszczyzny (PSW im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, PWSZ w Chełmie oraz PWSZ im. Szymona Szymonowicza w Zamościu), w tym 62 ankiety na kierunku turystyka i rekreacja oraz 8 swobodnych wywiadów pogłębionych z przedsiębiorcami.

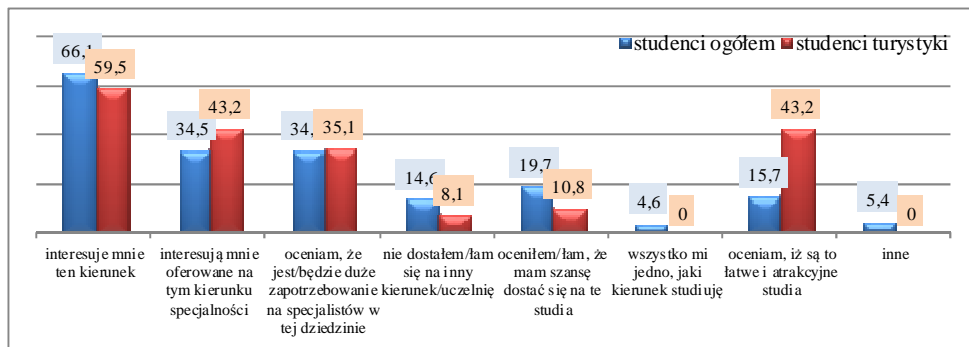
Dopasowanie oferty edukacyjnej do wymagań rynku pracy w opinii absolwentów

Narzędzie badawcze, które służyło do badania młodzieży, miało służyć zdiagnozowaniu następujących szczegółowych problemów badawczych:

- motywów wyboru uczelni/kierunku studiów;
- oceny nabywanej w trakcie studiów wiedzy i umiejętności oraz wiedzy o rynku pracy – preferencje pracodawców w opiniach przyszłych absolwentów;
- wzorce kariery zawodowej – jak badani wyobrażają sobie przyszłość, jakie są ich oczekiwania co do zgodności przyszłej pracy z wykształceniem.

Wybór szkoły wyższej oraz kierunku studiów to kluczowa decyzja w życiu młodych ludzi. Podejmowana jest z uwzględnieniem wielorakich czynników, m.in. przyszłej sytuacji na rynku pracy. Dlatego też motywów wyboru kierunku studiów można postrzegać jako dowód pragmatyzmu kandydatów lub przeciwnie – jako brak orientacji w sytuacji na rynku pracy, mającej swoje konsekwencje w postaci późniejszych zawodów nadwyżkowych. Jedno z pytań dotyczyło tego zagadnienia; zapytano badanych, czym kierowali się, dokonując wyboru uczelni. Dla większości studentów tematyka studiów jest najważniejsza, a wysokość czesnego najmniej ważna. Istotnym motywem jest lokalizacja oraz trzecia co do ważności perspektywa zatrudnienia, co wskazuje na świadomość realiów rynku pracy. Wątpliwość, która może się pojawić w tym miejscu, dotyczy tylko rzetelności jego oceny. Kontynuację tego tematu stanowiło pytanie dotyczące wyboru kierunku studiów, gdzie poproszono badanych o wskazanie trzech najważniejszych motywów. Najwięcej, bo aż 66% badanych, stwierdziło, że kierowało się zainteresowaniami. Ponad 1/3 zainteresowanych kierowała się w wyborze wachlarzem specjalności, co stanowi potwierdzenie słuszności budowanej oferty edukacyjnej. Taka sama liczba respondentów wśród najważniejszych motywów wymieniała przekonanie, że w przyszłości będzie rynkowe zapotrzebowanie na specjalistów z danej dziedziny. Wyniki te jednoznacznie pokazują studentów ostatnich lat jako osoby świadome, że studia oprócz rozwijania własnych zainteresowań powinny również przygotować ich do

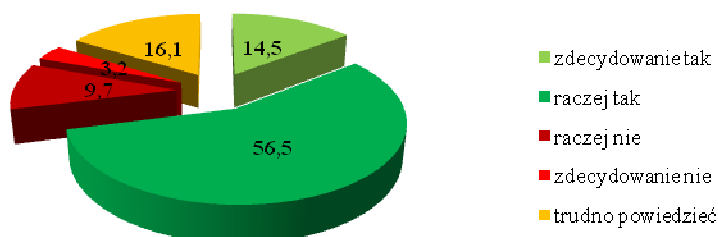
przyszłej aktywności zawodowej. Co charakterystyczne, blisko połowa studentów turystyki oceniła również, że studia są łatwe, ale co ważniejsze, atrakcyjne. Wątpliwa pozostaje tylko kwestia właściwej oceny przez kandydatów dokonujących wyboru kierunku studiów warunków rynku pracy, a te niestety ulegają dynamicznym zmianom.



Rys. 1. Motywy wyboru kierunku studiów w opinii studentów ogółem i studentów turystyki (*Motives for study field choices in the opinion of the general population of students and students of tourism*)

Źródło: opracowanie własne.

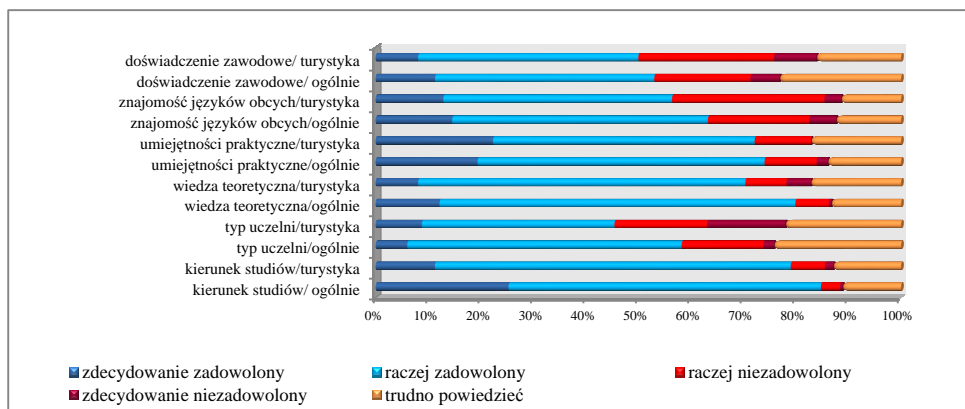
Z punktu widzenia edukacyjnego przygotowania do wypełniania przyszłych ról zawodowych potrzebne jest nabycie określonych umiejętności, kwalifikacji i wiedzy, zgodnych z wymaganiami, jakie w tym zakresie stawia rynek pracy. Istotne jest zatem, jak ustalono w programach proporcję zajęć teoretycznych do praktycznych. Co trzeci ankietowany student twierdził, że przedmiotów teoretycznych jest za dużo, zaś blisko połowa z nich uznała, że w programie studiów za mało jest przedmiotów praktycznych. Niemalże co trzeci ankietowany uważa również, że w programie jest za mało najnowszych informacji i wiedzy z zakresu danej dyscypliny naukowej. Rozwinięciem omawianego wątku jest dokonana przez respondentów ocena umiejętności i wiedzy uzyskanej podczas studiów. Zdecydowanie najwyżej zostały ocenione umiejętności w zakresie komunikacji i nawiązywania kontaktu z innymi ludźmi oraz umiejętność samodzielnego podejmowania decyzji i rozwiązywania problemów. Mamy zatem do czynienia z kompetencjami nie składającymi się na kanon celów podstawowych uczelni, aczkolwiek warto zwrócić uwagę, że właśnie te kompetencje są wymieniane jako kluczowe i najbardziej cenione w opiniach pracodawców. Studentów zapytano również, czy w ich ocenie dzięki studiom nabędą umiejętności niezbędne do wykonywania zawodu. W większości ankietowani studenci turystyki odpowiedzieli, że zdobędą takie umiejętności, przy czym osobnym zagadnieniem jest ich wyobrażenie na temat wymogów rynku, zważywszy, że są to osoby, które dopiero będą aplikowały o pracę. Niemniej istotne jest poznanie, w jaki sposób respondenci oceniają swój poziom przygotowania do aktywności zawodowej oraz jakie są ich zamierzenia w kwestii podnoszenia umiejętności zwiększających ich szanse na rynku. Ankietowani studenci, którzy dość krytycznie wypowiadali się na temat programów studiów, teraz niemal w 3/4 pozytywnie ocenili poziom umiejętności koniecznych do wykonywania zawodu. Uwagę zwraca ponadto kwestia wielkości odsetka osób nie potrafiących dokonać takiej oceny.



Rys. 2. Ocena przygotowania do wykonywania zawodu po studiach w opinii studentów turystyki (dane w procentach) (*Evaluation of professional preparedness as a result of studies in the opinion of tourism students (in percentages)*)

Źródło: opracowanie własne.

Postrzeganie wymagań rynku pracy poprzez oczekiwania pracodawców stanowi trzon pytania, w którym badani mieli ocenić poziom zadowolenia przyszłych pracodawców z posiadanych przez respondentów (studentów ogółem oraz studentów turystyki) kwalifikacji i umiejętności. Zważywszy na zazwyczaj niewielkie doświadczenie zawodowe ankietowanych, a co za tym idzie słaby kontakt z pracodawcami, trudność pytania związana była z przypisaniem cech osobom trzecim i projekcją ich wymagań.



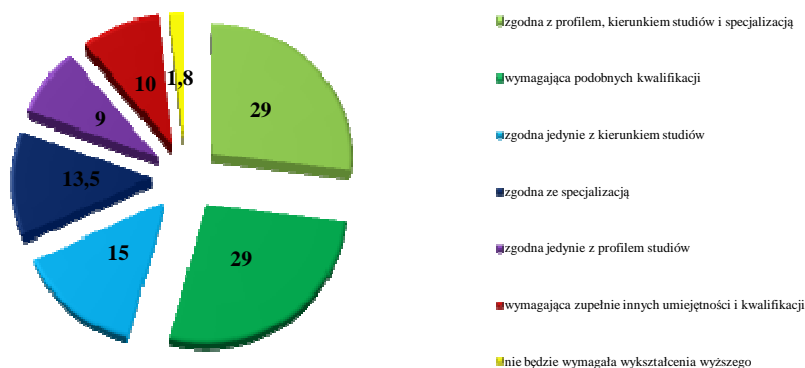
Rys. 3. Poziom zadowolenia pracodawców z posiadanych umiejętności i kwalifikacji w ocenie studentów ogółem i studentów turystyki (*The level of satisfaction with the acquired skills and qualifications in the opinion of the general population of students and tourism students*)

Źródło: opracowanie własne.

Przedstawione dane szczegółowe pokazują, że studenci analizowanych szkół wyższych są raczej pewni, że sprostają oczekiwaniom pracodawców. Kierunek studiów będzie zadowalał pracodawców (choć w różnym stopniu) według 84,4% ogółu ankietowanych i 79% studentów turystyki. 58% ogółu respondentów twierdzi, że pracodawcy docenią również typ uczelni. W tej ocenie studenci turystyki są jednak mniej optymistyczni – tylko co drugi z nich sądzi, że potencjalni pracodawcy będą zadowoleni z typu ukończonej szkoły wyższej. W tym miejscu należy zauważyć, że co czwarty student turystyki nie był w stanie ocenić poziomu zadowolenia pracodawcy z typu ukończonej szkoły wyższej, co tłumaczy sporadyczny kontakt respondentów z rynkiem pracy. Z większymi obawami ankietowani odnoszą się natomiast do kwestii znajomości języków obcych oraz posiadanego doświadczenia zawodowego. W pierwszej kwestii nadal 63% ankietowanych sądzi, że pracodawcy z zadowo-

leniem przyjmą poziom ich kompetencji językowych; studenci turystyki są mniej optymistyczni, co czwarty student w ogóle i co trzeci student turystyki przewiduje, że z różnym nasileniem pracodawcy będą jednak niezadowoleni. W przypadku doświadczenia zawodowego już tylko połowa respondentów jest nastawiona optymistycznie względem ocen pracodawców, a co trzeci student turystyki uważa, że ich doświadczenie będzie budziło zastrzeżenia pracodawców. Również w tej kwestii pojawił się wysoki odsetek respondentów mających trudności w określeniu poziomu zadowolenia przyszłych pracodawców.

Jednym z najistotniejszych zagadnień poruszonych w trakcie badań była kwestia wyobrażenia o przyszłej pracy. Studenckie oczekiwania w tym zakresie opierały się na założeniu bardziej realistycznym aniżeli odnoszącym się do założeń najbardziej preferowanej posady. Zmienny i dynamiczny rynek pracy wymusza elastyczność oraz umiejętność przekwalifikowywania się jako formę radzenia sobie z nierównowagą pomiędzy popytem i podażą. Można jednak przypuszczać, że nie będzie to komfortowa sytuacja dla absolwentów aplikujących o pierwszą pracę. Jak zatem wygląda zagadnienie zgodności pracy wykonywanej po studiach ze zdobytym wykształceniem w opinii studentów turystyki?



Rys. 4. Oczekiwania co do zgodności przyszłej pracy z wykształceniem w ocenie studentów turystyki (pytanie wielokrotnego wyboru) (*Expectation on coherence of future jobs with formal qualifications in the opinion of tourism students (multiple choices were possible)*)

Źródło: opracowanie własne.

Wśród ogółu badanych studentów popularny jest pogląd, że przyszła praca będzie wymagała innych umiejętności i kwalifikacji. Fakt ten może świadczyć o tym, że respondenci orientują się już na rynku pracy i są w stanie zaakceptować fakt, że prawdopodobnie nie znajdą pracy odpowiadającej specyfice ich wykształcenia. Tylko co dziesiąty student turystyki oczekuje pracy wymagającej innych kwalifikacji i umiejętności. W większości badani mają nadzieję, że ich przyszła praca będzie zgodna ze zdobytym wykształceniem, natomiast różnią się stopniem oczekiwanej zgodności. Najliczniejsza jest grupa osób oczekujących, że ich przyszła praca będzie odpowiadała profilowi, kierunkowi i specjalizacji pracy i/lub wymagała podobnych kwalifikacji. Obraz rynku pracy i panujących na nim warunków, jaki wyłania się z wypowiedzi badanych studentów, wskazuje na raczej optymistyczne postrzeganie tego rynku przez badanych. Są oni z reguły zadowoleni z wybranego kierunku studiów, ale jednocześnie są świadomi swoich ewentualnych braków. Liczą jednak na to, że ich przyszli pracodawcy będą zadowoleni, ponieważ potrafią spełnić ich wymagania. Wiedzą, że niekoniecznie znajdą na rynku pracy posadę w pełni ich zadowalającą. Są na to przygotowani, stąd też dość powszechne deklaracje chęci dalszego doksztalcenia się i podnoszenia kwalifikacji. Ponieważ wymagania płacowe absolwentów nie są wygórowane, a dopuszczalne formy zatrudnienia dość różne, mają oni nadzieję, że najpóźniej do roku po ukończeniu stu-

diów znajdują pracę. Współczesny absolwent ma do wyboru różne ścieżki rozwoju własnej kariery zawodowej. Niemal co trzeci z ankietowanych zamierza to wykorzystać i z różnych powodów wyjechać. Motywy te uległy jednak na przestrzeni lat zmianom. Oprócz stale najważniejszej motywacji ekonomicznej na drugim i trzecim miejscu znajdują się powody związane z samorealizacją w ciekawej pracy czy nabyciem nowych kwalifikacji. Zważywszy na fakt, że wypowiedzi ankietowanych to raczej wyraz ich przekonań aniżeli stwierdzenie faktu, można zadać pytanie, ilu z nich znajdzie pracę umożliwiającą im oczekiwany rozwój [Pańków, Gąciarz, 2006, s. 57]. Fakt ewentualnej migracji zaprzecza optymistycznemu obrazowi, a stanowi dowód świadomości problemów regionalnego i krajowego rynku pracy. Z przeprowadzonej analizy wynika, że istnieje potrzeba skoordynowania działań szkół wyższych, instytucji rynku pracy oraz władz.

Uwagi końcowe

Turystyka to przemysł XXI w. Opracowania ONZ wskazują, że w XXI w około 30% zatrudnionych będzie pracowało w dziedzinach bezpośrednio lub pośrednio związanych z turystyką. Specyfika tej branży polega na tym, że istotnym czynnikiem determinującym jej rozwój są ludzie, ich kompetencje oraz okazywana przez nich gościnność, a także rozumienie turystyki jako formy spotkania z drugim człowiekiem, jego dziełem i naturą. Przeprowadzone badania wskazują, że wiedza absolwentów na temat rynku pracy jest niewystarczająca. Mechanizmy poznawcze człowieka powodują, że studenci i absolwenci nie wyobrażają sobie wielu przyszłych trudności związanych z podejmowaniem zatrudnienia i chociaż obawiają się tej chwili, to jednak nie podejmują żadnych działań, żeby nie ulegać iluzji w postrzeganiu rynku pracy.

Bibliografia

1. De Cuyper N., De Witte H., Isaksson K., (2005), *Temporary Employment in Europe. Conclusion*, [w:] N. De Cuyper, K. Isaksson, H. De Witte, *Employment Contracts and Well-being among European Workers*, Ashgate Publishing, Hampshire.
2. Drozdowski R., (2002), *Rynek pracy w Polsce. Recepcja. Oczekiwanie. Strategie Dostosowawcze*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań.
3. Fedorowicz Z., (1996), *Polityka finansowa państwa a kształtowanie rynku pracy i aktywne zwalczanie bezrobocia*, „Rynek Pracy” nr 10.
4. Kruczek Z., (1993), *Kształcenie kadr dla turystyki na poziomie wyższym w Polsce na tle światowych tendencji*, Wydawnictwo Monograficzne nr 56, AWF, Kraków.
5. Linert S., *Przyszłość i rola kształcenia zawodowego w Polsce w świetle przemian społeczno-gospodarczych i oczekiwań dynamicznie zmieniającego się rynku pracy*, ODN, Włocławek.
6. Molik K., (2004), *Kształcenie kadr na potrzeby turystyki*, [w:] I. Sikorska-Wolak (red.), *Turystyka w rozwoju lokalnym*, SGGW, Warszawa.
7. Pańków W., Gąciarz B., (2006), *Praca w Polsce na tle innych krajów europejskich*, [w:] H. Domański, A. Ostrowska, P.B. Sztabiński, *W środku Europy? Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
8. *TNO Quality of Life*, (2008), *New Forms of Physical and Psychosocial Health Risks at Work Study*, IP/A/EMPL/FWC/2006-205/C1-SC1, Policy Department Economic and Scientific Policy.
9. Winiarski R., (2004), *Kształcenie kadr turystycznych w polskich szkołach wyższych*, [w:] H. Sasinowski (red.), *Turystyka i rekreacja szansą rozwoju regionów*, WSM, Białystok.

Bibliografia elektroniczna

1. Pawlikowski J.M., *Polskie uczelnie wobec wyzwań Procesu Bolońskiego*, [online], http://www.uj.edu.pl/documents/10172/22085/V.26_JPawlikowski.pdf, [10.05.2013].

The educational offer vs job market demand in the opinion of higher vocational schools graduates

Summary

Current socio-economic changes in Poland and broadly understood technological developments are the source of transformations in the educational system, and at the same time in the perception of education by society. It is impossible to build a knowledge based society without an education system adjusted to contemporary requirements. This 'adjustment' is a strategic issue in all European countries. Education is also the source of – as is so important nowadays – competitiveness and innovation. Education is also the key to contemporary crises and fears. Education of future generations is oriented towards active development and updating individual knowledge on a lifelong basis.

Appreciation of the importance of the relationship between the training of tourism professionals in higher vocational schools and the needs of employers results from the importance of education for economic development. Building a knowledge based economy and transforming society into a knowledge society are the priorities of the Lisbon Strategy. Realization of the defined tasks creates the need for a definition of goals for education and a long-term coordination between the job market and education institutions to avoid training which could potentially lead to higher unemployment.