

**Bariery we współpracy przedsiębiorców ze szkołami kształcącymi
kadry na poziomie wyższym dla potrzeb branży gastronomicznej**

Zamawiający:

Badania zrealizowane zostały na zlecenie Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, w ramach projektu „Sektorowa Rada ds. Kompetencji Turystyki”.

Badania współfinansowane są ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Termin realizacji projektu:

Sierpień-październik 2019

Autor raportu:

dr Mariusz Barczak

Wstęp

Celem niniejszego raportu jest ustalenie istnienia lub braku barier we współpracy przedsiębiorców ze szkołami kształcącymi kadry na poziomie wyższym dla potrzeb branży gastronomicznej, a w przypadku ustalenia istnienia takich barier – ich identyfikacja.

Raport składa się z czterech zasadniczych części. Pierwsza z nich odnosi się do charakterystyki kształcenia kadr na poziomie wyższym dla potrzeb branży gastronomicznej.

W części drugiej scharakteryzowano rynek usług gastronomicznych w Polsce, wskazano na aktualne trendy w branży gastronomicznej. Trendy powinny być brane pod uwagę przy ustalaniu programów kształcenia na poziomie wyższym, umożliwiając lepsze dopasowania oferty edukacyjnej na poziomie wyższym do oczekiwań przedsiębiorców w tej branży.

Trzecią część rozpoczyna analiza literatury w zakresie barier we współpracy pomiędzy edukacją a biznesem. Problematyka barier we współpracy szkół wyższych z przedsiębiorcami była przedmiotem wielu badań i analiz. Ich wyniki stanowiły punkt wyjścia do przeprowadzenia pogłębionego badania dotyczącego tej kwestii w odniesieniu do branży gastronomicznej. Znajomość barier opisanych w literaturze pozwala na odniesienie ich do wyników badania tj. weryfikację, czy dotyczą one branży gastronomicznej i szkół wyższych z nią współpracujących. W części czwartej zaprezentowano wyniki badań sondażowych przeprowadzonych zarówno wśród przedstawicieli szkół wyższych jak i przedstawicieli branży gastronomicznej.

W ostatniej części raportu zdefiniowano rekomendacje dla Sektorowej Rady ds. Kompetencji – Turystyka odnoszące się do poruszanych w raporcie zagadnień.

1. Charakterystyka kształcenia kadr na poziomie wyższym dla potrzeb branży gastronomicznej

Kształcenie w polskim szkolnictwie wyższym oparte jest na Ustawie z dnia 20 lipca 2018r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce¹ a także jest spójne z funkcjonowaniem Polskiej Ramy Kwalifikacji (poziomy 6 do 8). Polska Rama Kwalifikacji

¹ Dz.U. 2018 poz. 1668

(PRK) jest jednym z kluczowych elementów Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. PRK jest narzędziem nowego typu, które umożliwia porównywanie polskich kwalifikacji różnych rodzajów. Umożliwia też porównywanie kwalifikacji nadawanych w Polsce z kwalifikacjami innych krajów².

Polska Rama Kwalifikacji (PRK), podobnie jak Europejska Rama Kwalifikacji (ERK), stanowi „układ odniesienia dla kwalifikacji nadawanych w Polsce”. Składa się z ośmiu poziomów, z których każdy jest opisywany za pomocą ogólnych stwierdzeń odzwierciedlających zakres i stopień skomplikowania wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, wymaganych od osób posiadających kwalifikacje z danego poziomu³.

Unikatowym rozwiązaniem zastosowanym w Polsce jest wprowadzenie, obok charakterystyk uniwersalnych (pierwszego stopnia), charakterystyk poziomów PRK drugiego stopnia. Takie charakterystyki opracowano m.in. dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (poziomy 6–8). Charakterystyki pierwszego i drugiego stopnia stanowią spójną całość. Należy jednak zauważyć, że zarówno charakterystyki I jak i II stopnia nie uwzględniają jednak specyfiki poszczególnych branż. Specyfika poszczególnych sektorów i branż została natomiast uwzględniana w sektorowych ramach kwalifikacji opracowywanych dla kwalifikacji rynkowych – nabywanych poza szkołą i uczelnią (kursy, szkolenia). Jedną z takich ram dotyczy turystyki. Jest to Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora turystyki (SRKT). SRKT jest narzędziem „przekładającym” na język branżowy zapisy Polskiej Ramy Kwalifikacji. Operuje ona terminologią właściwą dla branż wchodzących w skład sektora turystyki – w tym m.in. terminologią stosowaną w branży gastronomicznej” oraz odnosi się do zadań i kompetencji specyficznych dla tych branż. SRKT odpowiada zatem na potrzeby czterech grup odbiorców: pracodawców, osób uczących się w celu nabycia konkretnych kwalifikacji, podmiotów opisujących kwalifikacje w celu wpisania ich do rejestru oraz instytucji szkoleniowych⁴. Sektorowa Rama Kwalifikacji dla sektora turystyki składa się z 4 odrębnych „podram”. Jedną z nich jest podrama dla gastronomii. Należy jednak podkreślić, że SRKT nie odnosi się do kwalifikacji nabywanych w edukacji formalnej⁵ (tj. w szkołach i na uczelniach). Może być jednak

² Mała encyklopedia ZSK, <http://www.kwalifikacje.gov.pl/images/Publikacje/mala-encyklopedia-ZSK.pdf> [dostęp dnia 11.10.2019]

³ <http://www.kwalifikacje.gov.pl/polska-rama-kwalifikacji>

⁴ Mała encyklopedia ZSK., s. 9.

⁵ Sektorowa Rama Kompetencji dla Turystyki, Instytut Badań Edukacyjnych, Warszawa 2018 - <http://www.krk->

bardzo pomocna dla tych uczelni, które zdecydują się na stworzenie studentom możliwości pozyskiwania nowych, dodatkowych kwalifikacji na kursach organizowanych przez uczelnię.

W „podramie” dotyczącej gastronomii zidentyfikowano kwalifikacje na poziomach od 2 do 6.

Ryc. 1. Polska Rama Kwalifikacji

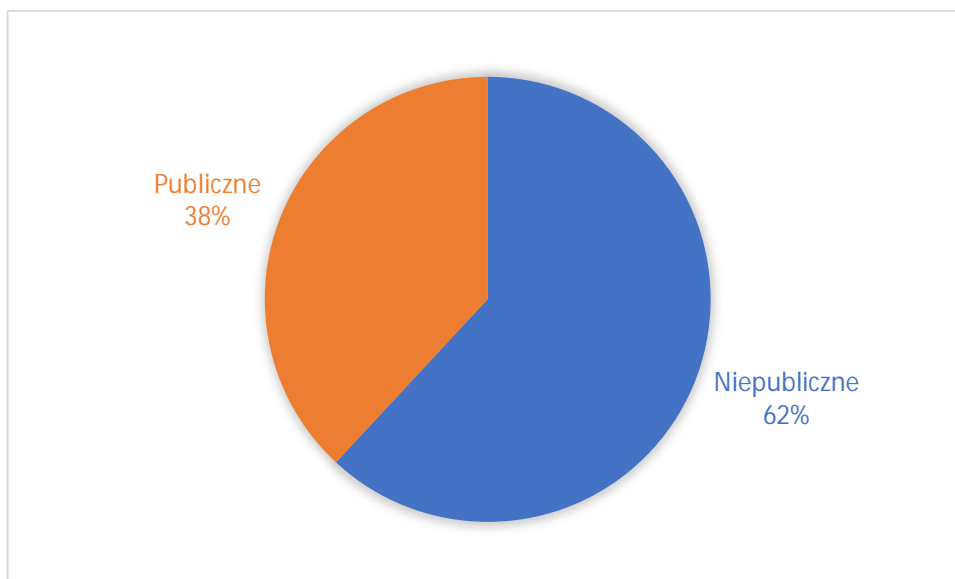


Źródło: Mała encyklopedia ZSK.

W Polsce funkcjonuje 386 instytucji szkolnictwa wyższego, przy czym 239 to instytucje niepubliczne a 147 to instytucje publiczne. Powstanie tak wielu instytucji niepublicznych miało swoje źródła w wyżu demograficznym lat dziewięćdziesiątych i dwutysięcznych. W latach 1991-1999 powstało 101 uczelni niepublicznych, w latach 2000-2009 aż 124, natomiast w latach 2010-2019 tylko 14 uczelni⁶.

⁶ Barczak M., Trendy rozwojowe kształcenia w turystycznym szkolnictwie wyższym oraz zalecenia dla branży, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków 2019, s. 10.

Ryc. 2. Instytucje szkolnictwa wyższego w Polsce w 2019 r.



Źródło: POL-on, dane z dn. 25.08.2019r.

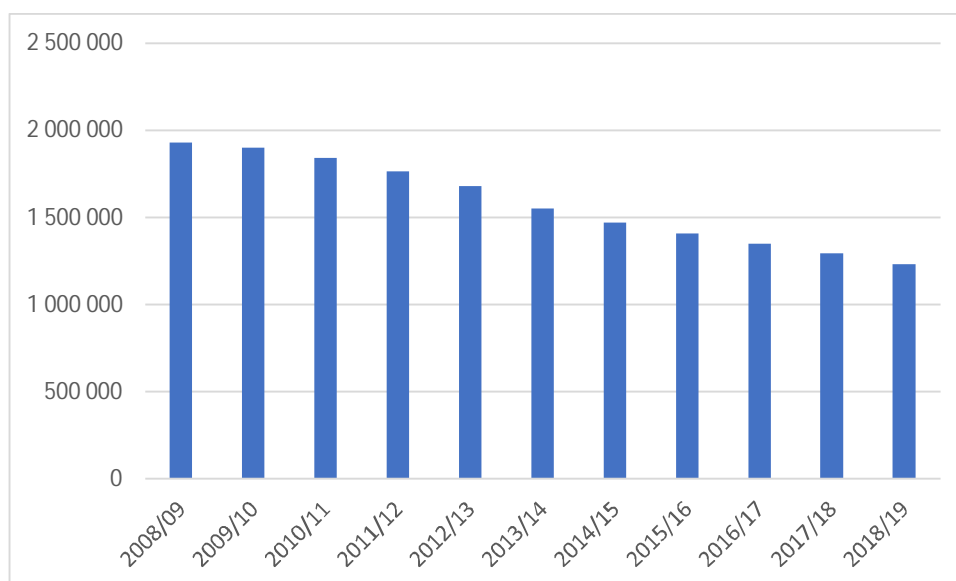
Według stanu na dzień 31 grudnia 2018r. we wszystkich uczelniach kształciło się 1230,3 tys. osób tj. o 61,6 tys. mniej niż w 2017 r.. Trend spadkowy utrzymuje się już 10 lat z rzędu, bowiem w roku akademickim 2008/2009 liczba studentów wynosiła 1927,8 tys. osób. (ryc. 3). Jednocześnie od kilku lat utrzymuje się trend wzrostowy (+7,6% rok do roku) wśród liczby studentów obcokrajowców, którzy wybierają Polskę na miejsce swojej nauki – aktualnie jest już ich ponad 78 tys.⁷ Największy odsetek liczby studentów obcokrajowców (stosunek liczby studentów obcokrajowców do liczby studentów ogółem w danym województwie) występuje w woj. lubelskim, natomiast najmniejszy w woj. warmińsko-mazurskim.

Największa liczba absolwentów z roku 2017/2018 ukończyła kierunki związane z biznesem, administracją czy prawem – 73694 osoby. Tymczasem w obszarze usług było to 27702 absolwentów⁸.

⁷ GUS, Szkolnictwo wyższe w roku akademickim 2018/2019 (wyniki wstępne), s. 2.

⁸ Tamże, s. 3.

Ryc. 3. Liczba studentów w Polsce z perspektywy 2008-2019



Źródło: GUS, [Szkolnictwo wyższe w roku akademickim 2018/2019 - dane do wykresu](#)

Zgodnie z zestawieniem prowadzonych studiów na wszystkich kierunkach, na potrzeby niniejszej analizy, przeszukano bazy Zintegrowanego Systemu o Nauce i Szkolnictwie Wyższym pod kątem takich zapytań jak „gastronomia”. W wyniku analizy ustalono, że w Polsce jedynie pięć uczelni prowadzi kształcenie na kierunku „gastronomia” (lub pokrewnych). Są to:

- 1) Gastronomia:
 - a. Śląska Wyższa Szkoła Medyczna w Katowicach, studia I stopnia na profilu praktycznym,
- 2) Gastronomia i hotelarstwo:
 - a. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, studia I stopnia na profilu praktycznym,
 - b. Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, studia I stopnia na profilu ogólnoakademickim,
- 3) Gastronomia i sztuka kulinarna:
 - a. Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, studia I stopnia na profilu ogólnoakademickim,
 - b. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, studia I stopnia na profilu ogólnoakademickim.

Dokonując oceny kształcenia na poziomie wyższym dla potrzeb gastronomii należy również uwzględnić specjalności, czasami nazywane obszarami studiów, prowadzone na innych kierunkach turystycznych na wielu uczelniach. W tab. nr 1 zaprezentowano przegląd występowania kierunków turystycznych w poszczególnych miastach i regionach, na których są lub mogą w przyszłości pojawić się specjalności z zakresu gastronomii. Najszersza oferta występuje w województwach: mazowieckim (15 kierunków), małopolskim (14 kierunków) i śląskim (9 kierunków). Najmniej uczelni kształcących na kierunkach turystycznych było w województwach: warmińsko-mazurskim (1 kierunek), świętokrzyskim i opolskim (po 2 kierunki).

Nie bez znaczenia w diagnozowaniu istnienia lub braku barier i identyfikacji potrzeb pracodawców mogą okazać się wyniki badań „Ekonomicznych losów absolwentów (ELA)” kierunków, w których nazwie występuje „gastronomia” takich jak: „gastronomia i hotelarstwo” oraz „gastronomia i sztuka kulinarna” (tab. nr 2 i 3). System ELA zawiera raporty tematyczne poświęcone różnorodnym aspektom losów absolwentów. Tematami tych raportów są:

- Poszukiwanie pracy i bezrobocie,
- Wynagrodzenia,
- Doświadczenie pracy przed dyplomem a sytuacja zawodowa po dyplomie,
- Praca a dalsze studia,
- Geograficzne zróżnicowanie losów absolwentów.

System ELA nie zawiera jeszcze danych nt. absolwentów kierunku „gastronomia i sztuka kulinarna” prowadzonego przez Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie a także absolwentów kierunku „gastronomia” prowadzonym przez Śląską Wyższą Szkołę Medyczną w Katowicach.

Tab. 1 Kierunki turystyczne w Polsce (wg. miejscowości)

Miejscowość/lokalizacja wg. miejsca kształcenia	Region	Liczba jedn. prow. kształcenie	W tym: liczba kierunków		w tym podaż oferty na :	
			TiR	INNE	I stopnia	II stopnia
Jelenia Góra	dolnośląskie	1	1		1	1
Wrocław	dolnośląskie	6	5	1	6	4
Bydgoszcz	kujawsko-pomorskie	3	2	1	2	3
Toruń	kujawsko-pomorskie	2	2		2	1
Biała Podlaska	lubelskie	2	2		2	2
Lublin	lubelskie	6	3	4	6	4
Zamość	lubelskie	1	1		1	
Gorzów Wielkopolski	lubuskie	1	1		1	1
Sulechów	lubuskie	1	1		1	
Łódź	łódzkie	3	3		3	1
Tomaszów Mazowiecki	łódzkie	1	1		1	
Kraków	małopolskie	11	8	3	11	5
Nowy Targ	małopolskie	1	1		1	1
Sucha Beskidzka	małopolskie	1	1		1	1
Tarnów	małopolskie	1	1		1	
Pruszków	mazowieckie	1	1		1	
Radom	mazowieckie	3	3		3	1
Siedlce	mazowieckie	1	1	1	1	
Warszawa	mazowieckie	10	8	2	9	5
Opole	opolskie	2	1	1	2	1
Jarosław	podkarpackie	1		1	1	
Krosno	podkarpackie	1	1		1	
Rzeszów	podkarpackie	3	2	1	3	2
Białystok	podlaskie	2	2		2	1
Łomża	podlaskie	1	1		1	
Gdańsk	pomorskie	5	4	1	5	3

Gdynia	pomorskie	1	1		1	
Słupsk	pomorskie	1	1		1	
Chorzów	śląskie	1	1		1	
Częstochowa	śląskie	2	2		2	
Katowice	śląskie	5	2	3	4	4
Racibórz	śląskie	1	1		1	
Kielce	świętokrzyskie	1	1		1	
Ostrowiec Świętokrzyski	świętokrzyskie	1	1		1	
Olsztyn	warmińsko- mazurskie	1	1		1	1
Leszno	wielkopolskie	1	1		1	
Poznań	wielkopolskie	7	6	3	7	6
Koszalin	zachodniopomorskie	1	1		1	
Szczecin	zachodniopomorskie	4	4		4	2
Razem	-	98	80	22	95	50

Źródło: Barczak M., *Trendy rozwojowe kształcenia w turystycznym szkolnictwie wyższym oraz zalecenia dla branży*, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków 2019, s. 19.

Tab. 2. Analiza ekonomicznych losów absolwentów kierunku „gastronomia i hotelarstwo”

	Osoby, które miały doświadczenie pracy etatowej lub samozatrudnienia przed uzyskaniem dyplomu	Osoby, które nie miały doświadczenia pracy etatowej ani samozatrudnienia przed uzyskaniem dyplomu
Tryb stacjonarny – 45 os.		
Średni czas (w miesiącach) od uzyskania dyplomu do podjęcia pierwszej pracy po uzyskaniu dyplomu	1,08 m-ca	5,71 m-ca
Średni czas (w miesiącach) od	0,33 m-ca	7,86 m-ca

uzyskania dyplomu do podjęcia pierwszej pracy na umowę o pracę po uzyskaniu dyplomu		
Procent absolwentów, którzy mieli doświadczenie bycia bezrobotnym w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu	0%	9,1%
Średnie miesięczne wynagrodzenia w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu	2028,90 zł	1912,13 zł
Tryb niestacjonarny - 17 os.		
Średni czas (w miesiącach) od uzyskania dyplomu do podjęcia pierwszej pracy po uzyskaniu dyplomu	0,22 m-ca	2,14 m-ca
Średni czas (w miesiącach) od uzyskania dyplomu do podjęcia pierwszej pracy na umowę o pracę po uzyskaniu dyplomu	0,57 m-ca	3,5 m-ca
Procent absolwentów, którzy mieli doświadczenie bycia bezrobotnym w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu	0%	12,5%
Średnie miesięczne wynagrodzenia w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu	2817,47 zł	2447,99 zł

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Ekonomicznych Losów Absolwentów – 09.10.2019 r.

Tab. 3. Analiza ekonomicznych losów absolwentów kierunku „gastronomia i sztuka kulinarna” (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski)

	Osoby, które miały doświadczenie pracy etatowej lub samozatrudnienia przed uzyskaniem dyplomu	Osoby, które nie miały doświadczenia pracy etatowej ani samozatrudnienia przed uzyskaniem dyplomu
Tryb stacjonarny – 39os.		
Średni czas (w miesiącach) od uzyskania dyplomu do podjęcia pierwszej pracy po uzyskaniu dyplomu	2,33 m-ca	6,78 m-ca
Średni czas (w miesiącach) od uzyskania dyplomu do podjęcia pierwszej pracy na umowę o pracę po uzyskaniu dyplomu	2,33 m-ca	8,88 m-ca
Procent absolwentów, którzy mieli doświadczenie bycia bezrobotnym w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu	25 %	22,6 %
Średnie miesięczne wynagrodzenia w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu	1964,99 zł	1328,92 zł

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Ekonomicznych Losów Absolwentów* – 15.10.2019r.

Na podstawie danych zaprezentowanych w tabeli nr 2 i 3 można wnioskować, że osoby, które miały doświadczenie pracy etatowej lub samozatrudnienia przez uzyskaniem dyplomu znajdują pracę znacznie szybciej (w zależności od grupy absolwentów: 1,08 do 5,71 m-ca, 0,22 do 2,14 m-ca, 2,33 do 6,78 m-ca). Ponadto ich zarobki okazały się wyższe, zarówno w grupie absolwentów studiów stacjonarnych jak i

niestacjonarnych (w zależności od grupy absolwentów: 1912zł do 2028zł, 2447 zł do 2817zł, 1328zł do 1964 zł). W grupie absolwentów kierunku „gastronomia i hotelarstwo”, którzy mieli doświadczenie pracy etatowej lub samozatrudnienia przed uzyskaniem dyplomu nikt nie doświadczył bycia bezrobotnym w pierwszym roku po uzyskaniu dyplomu. Wyjątkiem od tej zasady byli absolwenci „gastronomii i sztuki kulinarnej” (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski) było to 25% na co zdaniem autora mógł mieć wpływ wysoki poziom bezrobocia w całym województwie warmińsko-mazurskim. Tymczasem w przypadku absolwentów nie posiadających takiego doświadczenia było to 9,1% i 22,6% (tryb stacjonarny) i 12,5% (tryb niestacjonarny).

Reasumując należy stwierdzić, że zwiększająca się liczba studentów obcokrajowców to także zwiększająca się liczba pracowników zagranicznych, którzy muszą być przygotowani do sprzedaży lub świadczenia usług turystycznych w Polsce. Przygotowanie tej grupy do pracy w branży wymaga znacznej modyfikacji programu kształcenia i zapewnienia miejsc do realizacji praktyk zawodowych, prowadzonych nierzadko w języku obcym. Zadaniem SRK-T powinno być stworzenie ogólnopolskiego portalu internetowego, na którym studenci kształcący się na kierunkach lub specjalnościach związanych z gastronomią mogliby znaleźć miejsce odbywania praktyki lub stażu. Ponadto należy zauważyć, że przedsiębiorcy reprezentujący rynek pracy poszukują pracowników posiadających doświadczenie zdobyte jeszcze przed uzyskaniem dyplomu, co przekłada się także na wysokość wypłacanego wynagrodzenia. Przytoczone wyniki badania Ekonomicznych Losów Absolwentów są także istotnym argumentem za przyjęciem modelu dualnego, w którym następuje włączenie do programu studiów obecności w środowisku pracy i prowadzenie zajęć w ścisłej współpracy z przedsiębiorstwami.

2. Charakterystyka rynku gastronomicznego w Polsce

Opisywany w punkcie 1 niniejszego raportu stan kształcenia kadr na poziomie wyższym na kierunkach gastronomicznych (a także szerzej turystycznych) powinien odpowiadać na potrzeby branży. Poznanie i zrozumienie specyfiki branży gastronomicznej może stać się „kluczem” do zniwelowania barier we współpracy przedsiębiorców ze szkołami wyższymi kształcącymi dla nich kadry.

W okresie PRL (lata 1947-1988), gdy gospodarka była centralnie kierowana, polska gastronomia należała do najmniej rozwiniętego segmentu rynku usług. Po 1989 roku nastąpiły dynamiczne zmiany rynku gastronomicznego. Przyczyniło się do tego wiele

czynników, takich jak:

- przemiany społeczno-gospodarcze kraju (swoboda działalności gospodarczej, zmiana modelu rodziny, wzrost żywienia osób starszych i singli),
- czynniki ekonomiczne (wzrost zamożności mieszkańców),
- zmiany stylu życia (większa dbałość o zdrowie, rozwój turystyki i różnych form aktywności w czasie wolnym, spotkania towarzyskie w gastronomii)⁹.

Zmiany dotyczyły struktury własnościowej, rodzajowej i jakościowej a do ich przyspieszenia przyczyniły się światowe trendy z zakresu zarządzania (franchising, sieci lokali), finansów, marketingu (dodatkowe usługi, promocje) oraz nauk o żywności i żywieniu (dania: prozdrowotne, dietetyczne, wegetariańskie, etniczne, regionalne, molekularne, ekologia itp.)¹⁰.

Rynek usług gastronomicznych bardzo szybko reaguje na zmiany społeczno-kulturowe, gdyż przeciętny konsument ma większą świadomość dotyczącą tego co znajduje się na talerzu, co z kolei bardzo często łączone jest także ze świadomością ekologiczną, lokalnością i zrównoważonym rozwojem.

W okresie 1950-2017 w Polsce liczba zakładów gastronomicznych wzrosła dziesięciokrotnie z 7281 do 71056. W 2017 roku w Polsce było zarejestrowanych 71056 placówek gastronomicznych (patrz tab. nr 4), a w ich strukturze największą grupę stanowiły punkty gastronomiczne (26415 placówek).

Tab. 4. Wielkość i struktura rynku gastronomicznego w Polsce w latach 2010-2017

	2010	2015	2016	2017
Liczba placówek gastronomicznych (stan na 31 XII)	70483	68342	69414	71056
· restauracje	14937	18789	19648	20086
· bary	27145	22290	20926	20172
· stołówki	4509	4183	4356	4383
· punkty	23892	23080	24484	26415

⁹ Głuchowski A., Rasińska E., Czarniecka-Skubina E., Rynek usług gastronomicznych w Polsce na przykładzie Warszawy, *Handel Wewnętrzny* 2017;4(369):118-133 (tom II).

¹⁰ Tamże, s. 118.

Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2018, GUS, s. 177.

Wśród trendów na rok 2019 w obszarze gastronomii wskazywane są następujące¹¹:

- Działania proekologiczne: co przejawia się w podejściu do opakowań np. odejście od plastikowych słomek na rzecz szklanych, czy nawet metalowych poprzez system benefitów dla gości przynoszonych własne kubki i termosy.
- Freeganizm: który oznacza, że konsumenci odbierają produkty od osób, których ktoś inny nie potrzebuje lub ma je w nadmiarze i może się podzielić. Jednym z przejawów tego trendu jest aplikacja o nazwie „To Good To Go”¹².
- Zero waste: polegające na niemarnowaniu jedzenia i wykorzystywaniu do przygotowania dań również resztek powstałych podczas ich produkcji.

Rozpowszechnianiu się nowych trendów w gastronomii sprzyja rozwój technologii, które ułatwiają szybki i sprawny kontakt z klientami. Nowe technologie, w tym liczne serwisy społecznościowe, przyczyniają się także do podnoszenia jakości usług. Klienci bowiem bardzo szybko informują siebie nawzajem o miłych zaskoczeniach i negatywnych zdarzeniach.

Rynek usług gastronomicznych w Polsce został zdominowany przez systemy franczyzowe (branża gastronomiczna stanowi 32,5% ogólnej liczby placówek franczyzowych działających we wszystkich branżach - wynoszącej 78 tys.)¹³.

Poza trendami, za którymi jednak trudno nadążać uwzględniając długość cyklu kształcenia, istotne znaczenie dla sytuacji na rynku pracy branży gastronomicznej mają zmieniające się potrzeby klientów. Wyniki badań opublikowane w Raporcie z rynku gastronomicznego 2019¹⁴ wskazują, że na polskim rynku brakuje wielu typów obiektów gastronomicznych, tj.:

- barów mlecznych – 37%,
- lokali z tradycyjną kuchnią polską – 31%,
- lokali z kuchnią egzotyczną – 29%,
- barów samoobsługowych – 24%,
- lokali z nowoczesną kuchnią polską – 23%,

¹¹ Raport z rynku HoReCa 2019, s. 16-19.

¹² <https://toogoodtogo.pl/pl> [dostęp dnia 02.11.2019].

¹³ Jabłońska Ż., Franczyza jako model biznesu kreujący markę (na przykładzie branży gastronomicznej w Polsce), Przegląd Nauk Ekonomicznych, PTE Łódź, 2018, s.125-139.

¹⁴ Rynek gastronomiczny w Polsce. Raport 2019, s. 6.

- lokali z tańszym jedzeniem – 22%,
- lokali z daniami wegetariańskimi i wegańskimi – 20%.

Z całą pewnością wzrastający popyt na konsumpcję gastronomiczną poza miejscem zamieszkania będzie pozytywnie wpływał na wzrost zapotrzebowania na wykwalifikowaną kadrę. Do rozstrzygnięcia pozostaje jednak kwestia, czy będzie to zapotrzebowanie na kadry z wyższym wykształceniem, czy raczej na kadry z wykształceniem zawodowym i średnim.

Na dobrą koniunkturę w branży gastronomicznej miało wpływ kilka czynników, z których do najważniejszych można zaliczyć rosnące PKB, spadek bezrobocia, a także wzrost płacy minimalnej, co napędzało konsumpcję w tej branży. Według badań GfK Polonia, imprezy sportowe takie jak Mistrzostwa świata w piłce nożnej w Rosji w 2018 r., przyczyniły się do wzrostu o 53%, liczby klientów w tych obiektach gastronomicznych, które umożliwiły oglądanie transmisji w lokalach. Wartość całego rynku wzrosła w 2018 r. w porównaniu do roku 2017 o 10%¹⁵.

W 2000 roku w Polsce przeciętne miesięczne wydatki na żywność i napoje bezalkoholowe w przeliczeniu na 1 osobę w gospodarstwach domowych, ogółem stanowiły 30,8% całkowitych wydatków, na towary nieżywnościowe 40,2%, a na usługi 21,5%. W 2015 roku udział wydatków na żywność zmniejszył się do 24,0%, udział wydatków na towary nieżywnościowe wyniósł 39,6%, a na usługi zwiększył się do 27,8%.

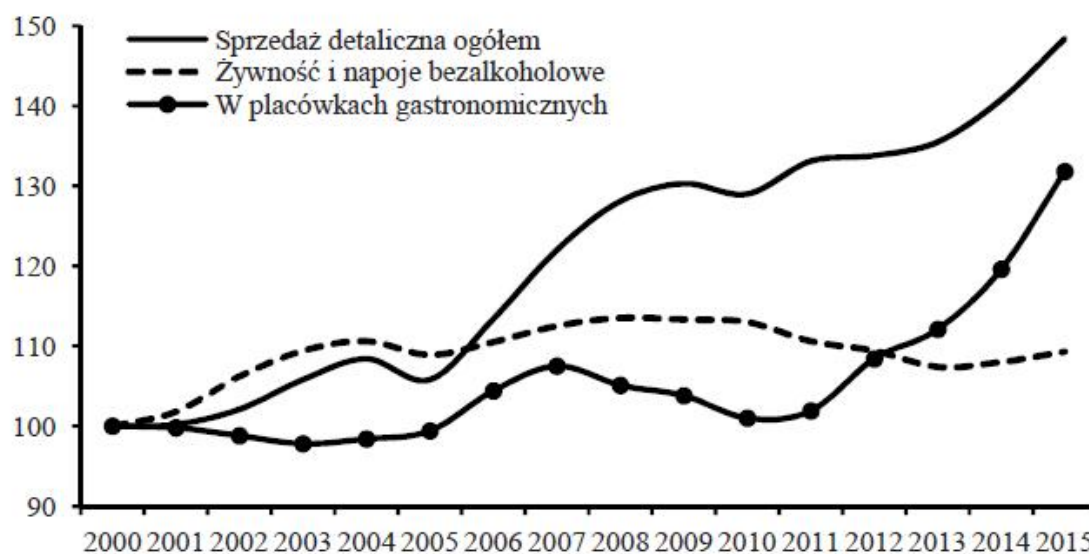
Według GUS w latach 2000–2015 wydatki gospodarstw domowych na usługi gastronomiczno-hotelarskie wzrosły ponad 5-krotnie.¹⁶

¹⁵ <https://www.gfk.com/pl/aktualnosci/press-release/rynek-gastronomiczny-od-ponad-dekady-jedna-z-lepiej-rozwijajacych-sie-branz-polskiego-ryнку/> [dostęp dnia 15.10.2019]

¹⁶ Świetlik K., Ewolucja i uwarunkowania popytu na usługi gastronomiczne w Polsce w latach 2000–2015, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej nr 120, 2017, s. 133–146.

Ryc. 4. Dynamika sprzedaży detalicznej w latach 2000–2015

(w cenach stałych, 2000 r. = 100)



Źródło: Świetlik K., *Ewolucja i uwarunkowania popytu na usługi gastronomiczne w Polsce w latach 2000–2015*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* nr 120, 2017, s.139.

Badania wykazują także, że w 2015 roku w porównaniu z 2000 rokiem kwoty wydatkowane przez gospodarstwa domowe na żywienie poza domem wzrosły nominalnie 5,4 razy, a realnie 3,4 razy.

Ryc. 5. Przeciętne miesięczne wydatki gospodarstw domowych na gastronomię w latach 2000 i 2015

Gospodarstwa domowe	Wydatki nominalne		Wydatki realne*
	2000	2015	2015
	zł/osobę		2000 r. = 100
Ogółem	7,59	40,85	335,5
Pracowników	10,06	43,28	269,1
na stanowiskach robotniczych	6,56	28,31	269,9
na stanowiskach nierobotniczych	16,01	61,61	240,7
Rolników	1,42	13,46	597,3
Pracujących na własny rachunek	13,33	62,95	299,8
Emerytów i rencistów	4,68	30,72	377,2
emerytów	4,84	31,04	370,1
rencistów	4,44	29,30	371,4
Gospodarstwa domowe 1-osobowe	22,70	99,69	273,8
Gospodarstwa domowe 6 i więcej osób	2,95	17,42	368,1

*Wskaźniki wydatków nominalnych skorygowane wskaźnikami cen towarów i usług w dziale: „restauracje i hotele” dla poszczególnych grup gospodarstw domowych.

Źródło: Świetlik K., Ewolucja i uwarunkowania popytu na usługi gastronomiczne w Polsce w latach 2000–2015, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej nr 120, 2017, s.140.

Gastronomia może być rozpatrywana także jako osobny produkt turystyczny. Obecnie wielu turystów podejmuje podróżowanie głównie w celu degustacji potraw i produktów żywnościowych danego regionu. Ten rodzaj turystyki, zwany ogólnie kulinarną, mimo iż jest segmentem niszowym, jest postrzegany jako atrakcja, motyw podróży, element promocji lub reklamy danego regionu¹⁷. Należałoby w przyszłości rozważyć wprowadzenie specjalizacji „przewodnika po obiektach gastronomicznych”, gdyż mimo, że sektor ten nie wydaje się duży to z całą pewnością zapotrzebowanie na takie usługi istnieje.

Reasumując należy stwierdzić, że zmiany w stylu życia a także w strukturze branży gastronomicznej, w szczególności takie jak zwiększająca się liczba restauracji (14937 w 2010r. do 20086 w 2017r.) i spadająca liczba barów (27145 w 2010r. do 20172 w 2017 r.) zdaniem autora przekładać się będzie na wzrost zapotrzebowania na absolwentów szkół wyższych. Ponadto uczelnie powinny reagować szybko na nowe trendy pojawiające się w branży a także wprowadzać do programu studiów przedmioty

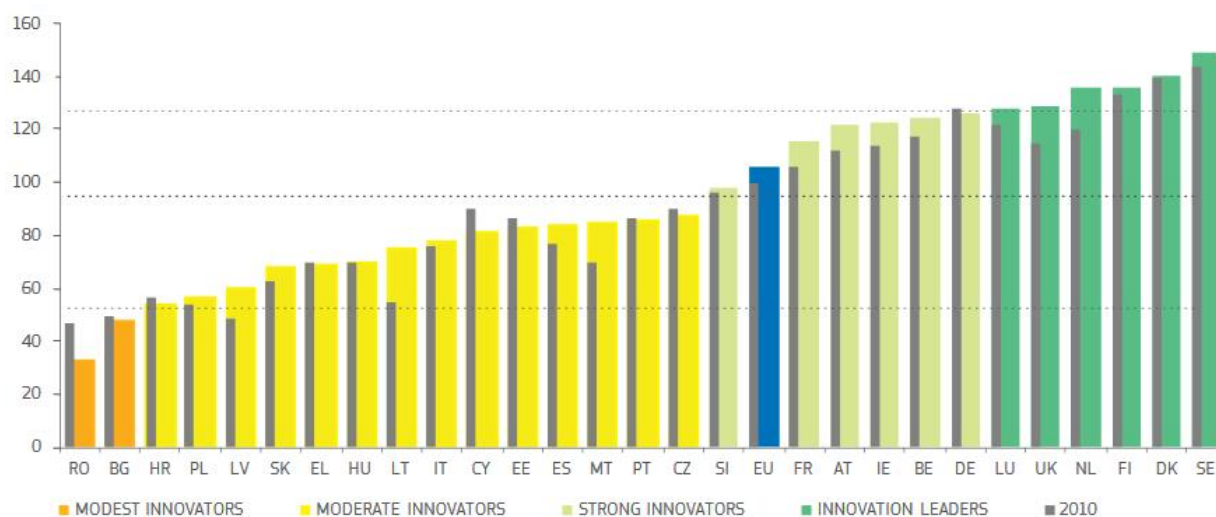
¹⁷ Czarniecka-Skubina E., Głuchowski A., Turystyka gastronomiczna – fakty i mity, Nauki Inżynierskie i technologie 1(28) 2018, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, 2018.

związane z technologiami komunikacyjno-informacyjnymi tak powszechnie wykorzystywanymi w branży gastronomicznej.

3. Klasyfikacja barier w podejmowaniu współpracy z otoczeniem gospodarczym przez szkoły wyższe w świetle literatury przedmiotu

Innowacyjność, w coraz większym stopniu zależy od budowania relacji pomiędzy uczelniami a przedsiębiorstwami. Wpływa to zarówno na konkurencyjność kraju, przedsiębiorstwa jak i konkurencyjność absolwentów. Niestety Polska cały czas zajmuje ostatnie miejsca w rankingach innowacyjności (ryc. nr 6), na tle pozostałych państw UE¹⁸.

Ryc. 6. Europejski Wskaźnik Innowacyjności



Źródło: European Innovation Scoreboard 2018, s. 9.

Zdaniem P. Pukin “współpraca szkół wyższych z przedsiębiorstwami umożliwia także wykorzystanie efektów synergicznych do uzyskania przewagi zarówno sektora prywatnego jak i publicznego a korzyściami z wprowadzenia tzw. trzeciej misji uczelni jest m.in. pobudzenie wzrostu gospodarczego oraz rozwoju regionalnego a także wzrost innowacji w gospodarce”¹⁹.

¹⁸ European Innovation Scoreboard 2018 - http://www.kpk.gov.pl/wp-content/uploads/2018/06/ETAY18001ENN_version26062018.pdf [dostęp dnia 9.10.2019]

¹⁹ Pukin P., Współpraca uczelni wyższych z przedsiębiorcami w Polsce – uwarunkowania, korzyści bariery, formy współpracy, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2019, s. 94.

Współpraca, nazywana także kooperacją, wspiera wzrost gospodarczy na kilka sposobów:

- prowadzi do wyższej specjalizacji, co oznacza poprawę konkurencyjności funkcjonujących na rynku podmiotów,
- może stanowić źródło informacji o produktach,
- w dłuższym okresie zwiększa poziom zaufania między partnerami, co wpływa na obniżenie kosztów transakcyjnych,
- poprawia dostęp do zasobów materialnych i niematerialnych²⁰.

To właśnie poprawa dostępu do zasobów materialnych i niematerialnych wydaje się być najważniejszą korzyścią ze współpracy szkół wyższych z przedsiębiorcami. Tym samym niwelowanie barier w tej współpracy staje się jednym z istotnych wyzwań nie tylko dla podmiotów gospodarki, ale również dla sfery edukacji i nauki.

Analizą barier w podejmowaniu współpracy szkół wyższych z przedsiębiorcami zajmowali się m.in. Bryła, Jurczyk i Domański²¹, którzy wśród najważniejszych barier zaliczyli:

- barierę mentalno-kulturową,
Pracownicy szkół wyższych i przedsiębiorstw nie mają ugruntowanych społeczno-kulturowych wzorców współpracy.
- bariery zachowań organizacyjnych – niechęć do podejmowania ryzyka,
W wielu szkołach wyższych nie określono zasad i procedur współpracy.
- bariery informacyjne - słabe kontakty obu środowisk;
Nie we wszystkich uczelniach funkcjonują jednostki wychodzące z wynikami na zewnątrz. Dobrym wzorcem do naśladowania jest, w opinii autora, Think Corner, działający przy Uniwersytecie w Helsinkach²².
- bariery finansowe – niechęć do podejmowania inwestycji w projekty B+R.
Po stronie przedsiębiorcy bardzo często jest przeświadczenie, że kooperacja z uczelnią wymaga znaczącego zaangażowania finansowego.

²⁰ Tomaszewski m., Bariery we współpracy w zakresie innowacji między przedsiębiorcami a pracownikami ze sfery nauki – przegląd literatury, *Przedsiębiorczości i zarządzanie*, 2019, tom XX, zeszyt 8, s. 59.

²¹ Bryła P., Jurczyk T., Domański T., klasyfikacja barier współpracy z otoczeniem gospodarczym przez uczelnie wyższe, *Marketing i Rynek* 5/2013, s. 10.

²² Think Corner oferuje przestrzeń, usługi i wydarzenia w celu generowania nowych pomysłów i nowej kreatywnej energii. Drzwi i pomysły są otwarte dla wszystkich zainteresowanych współpracą z uczelnią. <https://www.helsinki.fi/en/think-corner> [dostęp dnia 26.10.2019]

- bariery organizacyjne - wynikające z faktu, że współpraca najczęściej oparta jest na poszczególnych jednostkach i nie jest rozwiązywana systemowo.
- bariery prawne – tj. wymogi i ograniczenia wprowadzane przez przepisy prawne.

Jednocześnie we wspomnianej publikacji²³ znalazła się identyfikacja barier ze względu na miejsce ich występowania, którą autor niniejszego raportu wzbogacił o wskazanie źródła tych barier, dzieląc je na: finansowe (F), społeczno-kulturowe (SK), biurokratyczne (B).

Tab. 5. Klasyfikacja barier podejmowania współpracy przez uczelnie i przedsiębiorstwa według miejsca ich występowania

Lokalizacja barier współpracy	Identyfikacja barier
Uczelnie i przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> · brak zainteresowania współpracą (SK) · niezrozumienie potrzeb partnerów (SK) · nadmierna biurokracja podczas inicjowania współpracy (B) · problemy z zarządzaniem prawami własności intelektualnej (B)
Uczelnie	<ul style="list-style-type: none"> · konflikt interesów (SK) · niekorzystny wpływ na sytuację pracowników i/lub studentów (SK) · procedury i biurokracja (B) · niechęć pracowników do współpracy (SK) · słabe przygotowanie kandydatów na studia (SK) · ryzyko finansowe (F) · obciążenie pracowników inną działalnością badawczą i/lub dydaktyczną (SK) · obawy przed faworyzowaniem rozwiązań konkretnego przedsiębiorcy (SK) · brak zaplecza instytucjonalnego do obsługi współpracy (B)

²³ Tamże s. 11.

Przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> · zachowanie poufności (SK) · trudności w wycenie wartości współpracy (F) · brak możliwości ponoszenia dużych nakładów na projekty badawczo-rozwojowe (F) · niewielka skłonność do podejmowania działań innowacyjnych (SK) · brak znajomości modeli i wzorców współpracy (B) · zniechęcenie w wyniku dotychczasowej współpracy (SK) · niesprzyjająca kultura organizacyjna przedsiębiorstwa (B) · przekonanie, że pracownicy nauki nie nadążają za rozwojem to przedsiębiorstwa mają przewagę w zakresie wiedzy i technologii (SK)
------------------	---

Źródło: Bryła P., Jurczyk T., Domański T., klasyfikacja barier współpracy z otoczeniem gospodarczym przez uczelnie wyższe, Marketing i Rynek 5/2013, s. 10.

Z przedstawianego w tab. nr 5 zestawienia barier wynika, że wśród barier występujących jednocześnie po obu stronach, dominują bariery społeczno-kulturowe, których przezwyciężenie zajmuje znacznie więcej czasu aniżeli przezwyciężenie barier finansowych czy też biurokratycznych. Tak różne podejście do współpracy wynika także z różnic w orientacji uczelni i przedsiębiorców. Uczelnie nastawione są przede wszystkim na rozwój nowej wiedzy i prestiż środowiska, natomiast dla przedsiębiorstw najważniejsze jest tworzenie i rozwój nowych produktów i usług, a także osiągnięcie celów przedsiębiorstwa (patrz tab. 6)

Na relacje obu środowisk silnie i negatywnie oddziałuje także tak zwana luka komunikacyjna, której występowanie wynika zarówno z działalności po stronie nauki jak i biznesu. Pracownicy nauki nie zawsze zastanawiają się nad tym jak wyniki ich prac będzie można wykorzystać praktycznie i często nie mają wiedzy na temat potrzeb przedsiębiorstw. To powoduje, że szkoły wyższe uważane są wciąż za stronę bardziej pasywną²⁴.

²⁴ Tomaszewski M., Bariery we współpracy w zakresie innowacji między przedsiębiorcami a pracownikami ze sfery nauki – przegląd literatury, Przedsiębiorczości i zarządzanie, 2019, tom XX, zeszyt 8, s. 59.

Wpływ na powstanie luki komunikacyjnej mają także zachowania przedsiębiorstw, a w szczególności brak wiedzy wśród przedsiębiorców na temat oferty edukacyjnej dedykowanej przez szkoły wyższe do biznesu, a także brak świadomości, że wiele problemów, z którymi borykają się przedsiębiorcy może być z powodzeniem rozwiązanych przez sferę nauki²⁵.

Tab. 6. Różnice w podejściu do wybranych kryteriów przez szkoły wyższe i przedsiębiorstwa

Kryterium	Szkoły wyższe	Przedsiębiorstwa
Orientacja	<ul style="list-style-type: none"> · Rozwój nowej wiedzy 	<ul style="list-style-type: none"> · Powstawanie i rozwój nowych produktów i usług
Ocena wyniku	<ul style="list-style-type: none"> · Prestiż środowiska 	<ul style="list-style-type: none"> · Osiągnięcie celów przedsiębiorstwa
Cel	<ul style="list-style-type: none"> · Rozwój naukowy · Swobodny wybór celu i tematu badań 	<ul style="list-style-type: none"> · Przychody ze sprzedaży · Efektywność · Wydajność
Czas	<ul style="list-style-type: none"> · Ma drugorzędne znaczenie 	<ul style="list-style-type: none"> · Ma znaczenie pierwszorzędne
Rezultat	<ul style="list-style-type: none"> · Nie zakładają z góry rezultatu 	<ul style="list-style-type: none"> · Z góry określony - poszukiwany
Pracownicy	<ul style="list-style-type: none"> · Nie mają bezpośrednich korzyści finansowych z realizowanych projektów 	<ul style="list-style-type: none"> · Czerpią bezpośrednio korzyści z realizacji projektu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Bryła P., Jurczyk T., Domański T., klasyfikacja barier współpracy z otoczeniem gospodarczym przez uczelnie wyższe, *Marketing i Rynek* 5/2013.

Szkoły wyższe jako „węzły przestrzeni kreatywności” pełnią szczególną rolę we współpracy międzyśrodowiskowej. Na uczelniach, znacznie większym stopniu niż na przedsiębiorstwach, spoczywa obowiązek podejmowania działań na rzecz

²⁵ Pietras P., Bariery współpracy przy wdrażaniu innowacji w organizacji sieciowej na styku sektora przedsiębiorstw B+R, *Organizacja i Zarządzanie*, 4(24), s. 129-150.

społeczeństwa, co wynika to wprost z ich misji²⁶.

Współpraca nauki i gospodarki przybiera, w praktyce, rozmaite formy takie jak²⁷:

- a) pracownicy gospodarki podejmują studia podyplomowe, studia wyższe lub studia doktoranckie,
- b) pracownicy gospodarki poszukują pracowników nauki w celu podjęcia wspólnych projektów realizowanych w ramach konsorcjów, partnerstwa strategicznego, ect.,
- c) pracownicy nauki podejmują staże w przedsiębiorstwach,
- d) pracownicy nauki przygotowują opinie, ekspertyzy, recenzje wniosków bądź projektów wykonywanych dla przedsiębiorców,
- e) pracownicy nauki zgłaszają wynalazki i opisy patentów w celu późniejszej sprzedaży przedsiębiorstwom,
- f) pracownicy nauki wykonują badania na zamówienie (kontraktowe, usługowe),
- g) podpisywane są umowy o udostępnienie np. korzystanie z know-how,
- h) absolwenci uczelni wyższych podejmują pracę w przedsiębiorstwach wykorzystując zdobytą w czasie studiów wiedzę i umiejętności.

Zgodnie z Ustawą z dnia 20 lipca 2018 r. – „Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce” uczelnia może uzyskiwać także przychody z odpłatnej dydaktyki i działalności gospodarczej.

W związku z tym, uczelnie mogą obejmować udziały w spółkach prawa handlowego, w tym

w spółkach z udziałem przedsiębiorców, mogą także czerpać korzyści „z finansowego majątku trwałego”²⁸ a katalog przychodów uczelni nie jest katalogiem zamkniętym.

Poza ww. ogólnym uprawnieniem szkół do współpracy z przedsiębiorcami w ustawie znaleźć można tylko 1 przepis dotyczący o współpracy w obszarze kształcenia doktorantów a mianowicie *„Kształcenie doktorantów może być prowadzone we współpracy z innym podmiotem, w szczególności przedsiębiorcą lub zagraniczną uczelnią lub instytucją naukową”*- (art. 198, pkt. 6 ustawy). Ponadto tylko 1 przepis reguluje problematykę kształcenia dualnego tj. *”Uczelnia może prowadzić studia dualne, które są studiami o profilu praktycznym prowadzonymi z udziałem pracodawcy. Organizację studiów określa umowa zawarta w formie pisemnej”* – (art. 62 ustawy).

²⁶ inLAB s. 9

²⁷ inLAB 10-11

²⁸ <https://konstytucjadlanauki.gov.pl/content/uploads/2019/02/przewodnik-po-systemie-szkolnictwa-wyszego-i-nauki-cz-1-20190218.pdf>, s. 187.

Badania przeprowadzone wśród przedsiębiorców²⁹ wskazują, że przedsiębiorcy dostrzegają konieczność współpracy z uczelniami. Przedstawiciele biznesu są świadomi, że współpraca ze środowiskiem naukowym jest jednym z istotnych warunków sprostania rynkowej presji dopasowywania się i wdrażania innowacji na każdym poziomie działalności przedsiębiorstwa (produktowym, organizacyjnym i procesowym oraz marketingowym).

Z obserwacji autora wynika, że współpraca szkół wyższych z przedsiębiorcami bardzo często przyjmuje charakter nieformalny i występuje zdecydowanie częściej niż wynika to z badania. Niektórzy autorzy nazywają to zjawisko „akademicką szarą strefą”³⁰.

Dobłą praktyką, godną polecenia, jest rozwiązanie systemowe oparte na modelu inLAB, czyli Innowacyjnego Laboratorium Współpracy Nauk i Biznesu, opracowane i upowszechnione w Wyższej Szkole Gospodarki w Bydgoszczy oraz na Uniwersytecie Mikołajka Kopernika w Toruniu. Ww. rozwiązanie opisujące model jego uruchamiania i funkcjonowania określa procedury prowadzenia takiej jednostki, a także ścieżkę implementacji rozwiązania³¹.

W związku z tym, że od lat obserwowane jest przesunięcie podstawowych gałęzi gospodarki w stronę usług, a rozwój branży gastronomicznej wpisuje się w ten trend, studia muszą uczyć elastyczności, kreatywności, komunikatywności i asertywności.

Na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić, że wśród barier hamujących rozwój współpracy szkół wyższych z przedsiębiorcami, po obu stronach, dominują bariery społeczno-kulturowe, których przezwyciężenie zajmuje znacznie więcej czasu aniżeli przezwyciężenie barier finansowych czy też biurokratycznych. Działaniem niwelującym taki stan rzeczy powinny stać się cykliczne spotkania obu środowisk inicjowanie przez SRK-T.

Należy także rozważyć powołanie na poziomie regionalnym jednostki, która będzie pośredniczyć w inicjowaniu, nawiązywaniu, wdrażaniu i koordynowaniu współpracy ze szkołami wyższymi po stronie przedsiębiorców.

Jedną z istotnych przeszkód we współpracy jest niedostosowanie oferty edukacyjnej

²⁹ Markiewicz P., Ratajczak R., Raport z badań fokusowego. Grupa: Przedsiębiorcy, in-LAB, Bydgoszcz 2012 oraz Nieżurawski L., Kuzel M., Szymański P., Pomianowska-Kardaś A., Mroczkowski A., Nowakowska Z., Analiza powiązań współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, jednostkami B+R i instytucjami otoczenia biznesu, Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Toruń 2010.

³⁰ Matusiak k., Guliński J. (red.), Systemy transferu technologii i komercjalizacji wiedzy w Polsce. Siły motoryczne i bariery, PARP, Poznań-Łódź-Wrocław-Warszawa, 2010.

³¹ Szymański P. (red.), Model funkcjonowania laboratorium inLAB, Bydgoszcz 2012.

do potrzeb rynku pracy, co zniechęca wielu przedsiębiorców do podejmowania takiej współpracy. Wyjście z dyskusją nt. oferty edukacyjnej w kierunku przedsiębiorstw, a nie tylko potrzeb studentów, może usunąć zidentyfikowana barierę. Jednak przytoczony argument po raz kolejny potwierdza fakt, że szkoły wyższe nie mogą być w tej relacji stroną bardziej pasywną niż przedsiębiorstwa.

4. Bariery we współpracy szkół wyższych z przedsiębiorcami z branży gastronomicznej w świetle wyników przeprowadzonego badania

a. Metodyka badań

W celu uzyskania informacji na temat barier we współpracy przedsiębiorców ze szkołami kształcącymi kadry na poziomie wyższym dla potrzeb branży gastronomicznej zdecydowano się zarówno na badanie przedsiębiorców jak i szkół wyższych. Wyniki tego badania, po ich analizie stały się podstawą do opracowania rekomendacji dla Sektorowej Rady ds. Kompetencji – Turystyka.

Zastosowano sondaż jako metodę badawczą oraz kwestionariusz ankiety jako technikę badań. Wybór kwestionariusza podyktowany był przekonaniem, że narzędzie to pozwoli zgromadzić dane o charakterze ilościowym.

Pierwszy z kwestionariuszy kierowany był do branży gastronomicznej natomiast drugi do przedstawicieli szkół wyższych. Oba kwestionariusze (patrz załącznik nr 1 i 2), składały się z 15 pytań, przy czym odpowiedzi na 12 pytań zostało wyskalowanych, a odpowiedzi na 3 pytania były otwarte. Kwestionariusze zawierały także metryczkę, przy czym w wersji dla przedsiębiorstw zawierała ona pytania o wielkość przedsiębiorstwa, miejscowość oraz kod PKD. Natomiast w wersji dla przedstawicieli szkół wyższych w ankiecie zamieszczono pytania o typ szkoły wyższej, profil kształcenia i stopień studiów.

Podczas realizacji badania zdecydowano się także na umieszczenie obu kwestionariuszy w wersji online co miało rozszerzyć i ułatwić zakres badania. Tymczasem wystąpiły duże trudności w pozyskaniu wypełnionych kwestionariuszy. Z tego powodu, czasem po wysyłce linku do ankiety online, zdecydowano się na bezpośredni kontakt z przedsiębiorstwem w celu zachęcania do udziału w badaniu.

W badaniach wzięło udział 25 uczelni, przy czym wszystkie deklarowały, że współpracują z przedsiębiorcami z branży hotelarskiej lub gastronomicznej. Po stronie przedsiębiorstw kwestionariusz wypełniło 50 podmiotów.

Wśród uczelni 13 podmiotów stanowiły uczelnie publiczne, natomiast 12 badanych reprezentowało uczelnie niepubliczne. W badanej populacji 17 uczelni realizowało kształcenie na profilu praktycznych, natomiast 8 na profilu ogólnoakademicki.

W grupie 50 badanych przedsiębiorstw 17 stanowiły mikroprzedsiębiorstwa a 33 małe (w badanej próbie nie znalazły się przedsiębiorstwa średnie i duże). Najmniejszą grupę (10 podmiotów) stanowiły przedsiębiorstwa zlokalizowane w miejscowości od 50-100 tys. mieszkańców, kolejną (13 podmiotów) stanowiły przedsiębiorstwa zlokalizowane w miejscowości od 100-200 tys. mieszkańców, a 27 z nich zlokalizowanych było w miejscowościach powyżej 200 tys. mieszkańców.

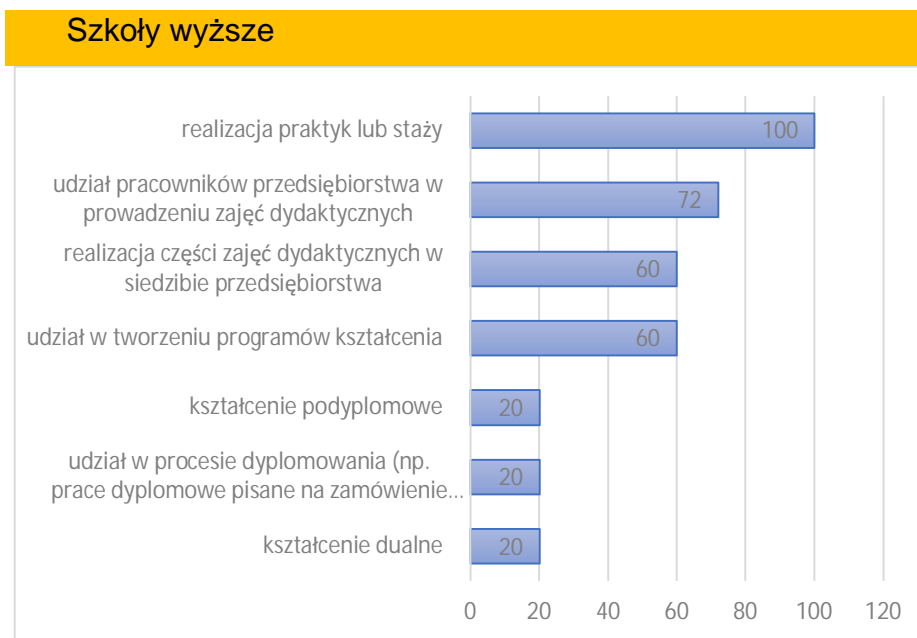
Dla celów porównawczych w badaniu zastosowano część jednakowych pytań kierowanych do przedstawicieli szkół wyższych i branży gastronomicznej. Wyniki porównania przedstawiają ryciny od 7 do 24.

4.2. Formy współpracy szkół wyższych z przedsiębiorstwami z branży gastronomicznej – zidentyfikowane w badaniu

Jak już wspomniano – jednym z dwóch celów realizowanego badania było zidentyfikowanie obszarów współpracy (form współpracy) uczeni z przedsiębiorcami z branży gastronomicznej. Stąd znaczna część pytań zamieszczonych w ankiecie dotyczyła tej kwestii. Uzyskane wyniki zostały przedstawione na kolejnych rycinach, w sposób umożliwiający porównanie odpowiedzi udzielanych przez przedstawicieli szkół wyższych i przedstawicieli przedsiębiorstw.

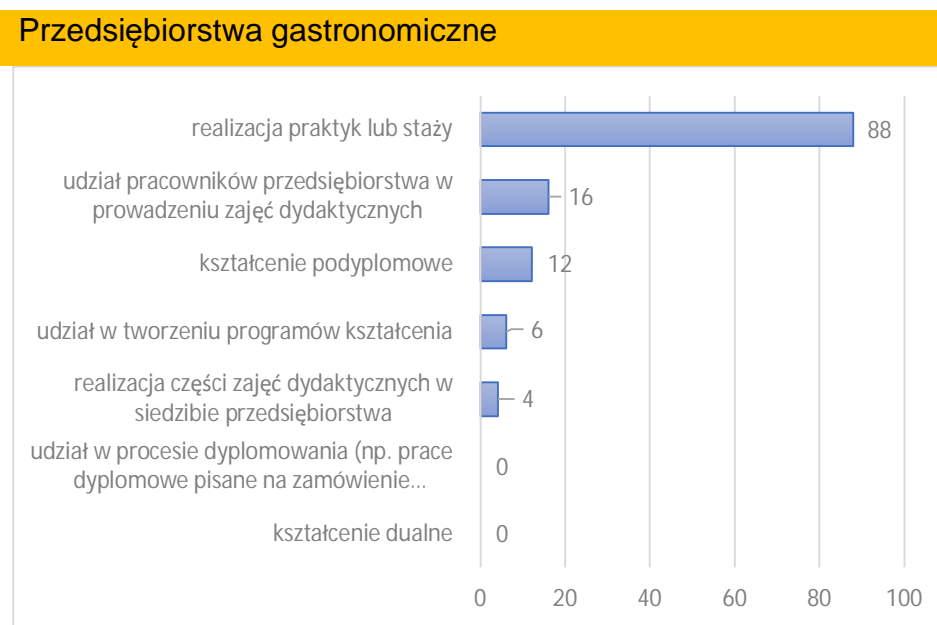
W pierwszej kolejności w badaniu próbowano ustalić, w jakich formach podejmowana jest współpraca przez obie strony (ryc. 7-8).

Ryc. 7. Formy współpracy szkół wyższych z przedsiębiorstwami (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Ryc. 8. Formy współpracy przedsiębiorstw ze szkołami wyższymi (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

. W wyniku analizy ustalono, że wszystkie badane szkoły wyższe oraz 88% przedsiębiorstw podejmowało współpracę w zakresie realizacji praktyk i staży.

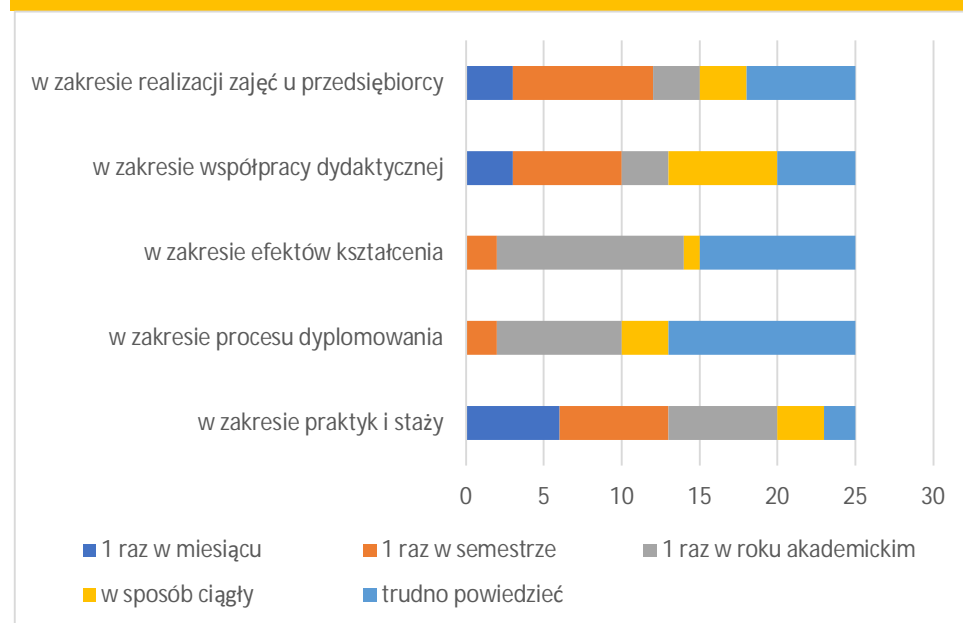
Do najistotniejszych form współpracy po stronie szkół wyższych zaliczono ponadto: udział pracowników przedsiębiorstwa w prowadzeniu zajęć dydaktycznych (72%), realizację części zajęć dydaktycznych w siedzibie przedsiębiorstwa (60%) oraz udział przedsiębiorcy w tworzeniu programu kształcenia (60%).

Po stronie przedsiębiorstw do najważniejszych form współpracy poza stażami i praktykami zaliczono: udział pracowników przedsiębiorstwa w prowadzeniu zajęć dydaktycznych (16%) oraz kształcenie podyplomowe (12%).

W badaniu analizowana była także częstotliwość kontaktów podejmowanych przez szkoły wyższe z przedsiębiorstwami w poszczególnych zakresach (ryc.9).

Ryc. 9. Częstotliwość współpracy w poszczególnych formach (N)

Szkoły wyższe



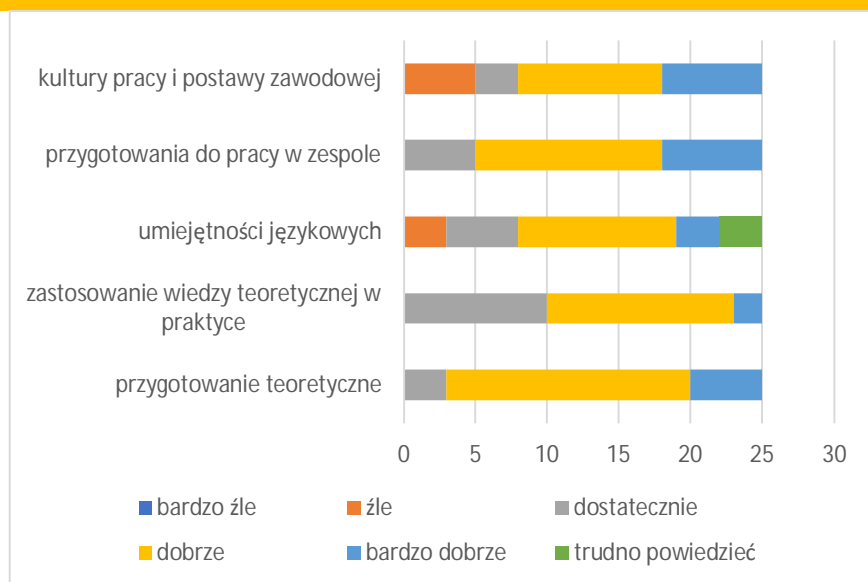
Źródło: Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Z przeprowadzonego badania wynika, że do najczęstszych (współpraca w sposób ciągły) form zaliczono współpracę w zakresie dydaktyki, natomiast do najrzadszych (1 raz w roku akademickim) współpracę w zakresie korekty efektów kształcenia.

Kolejnym aspektem, który porównywano w obu grupach była ocena przygotowania studentów do realizacji programu praktyk i staży (ryc. 10-11).

Ryc. 10. Ocena przygotowania studentów do realizacji praktyk i staży (N)

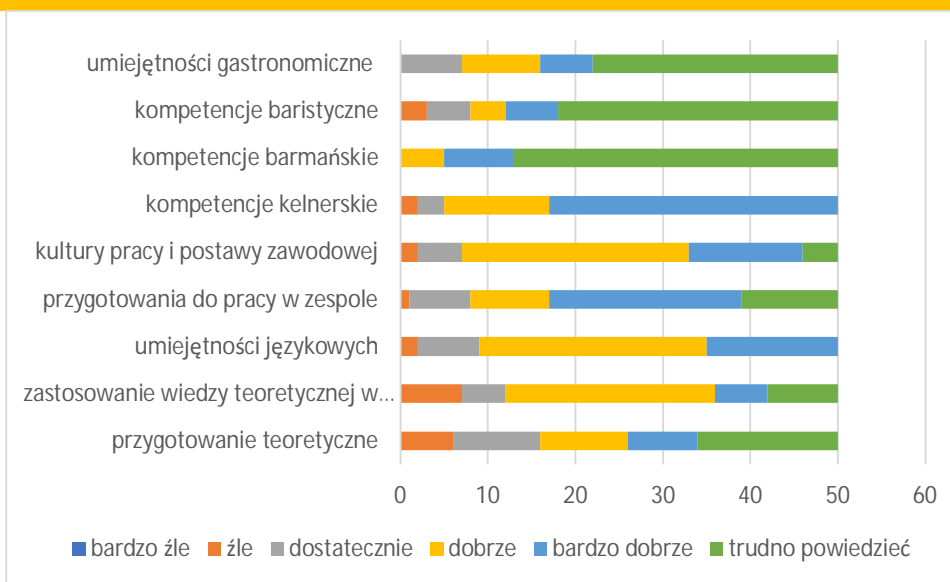
Szkoły wyższe



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Ryc. 11. Ocena przygotowania studentów do realizacji praktyk i staży (N)

Przedsiębiorstwa gastronomiczne

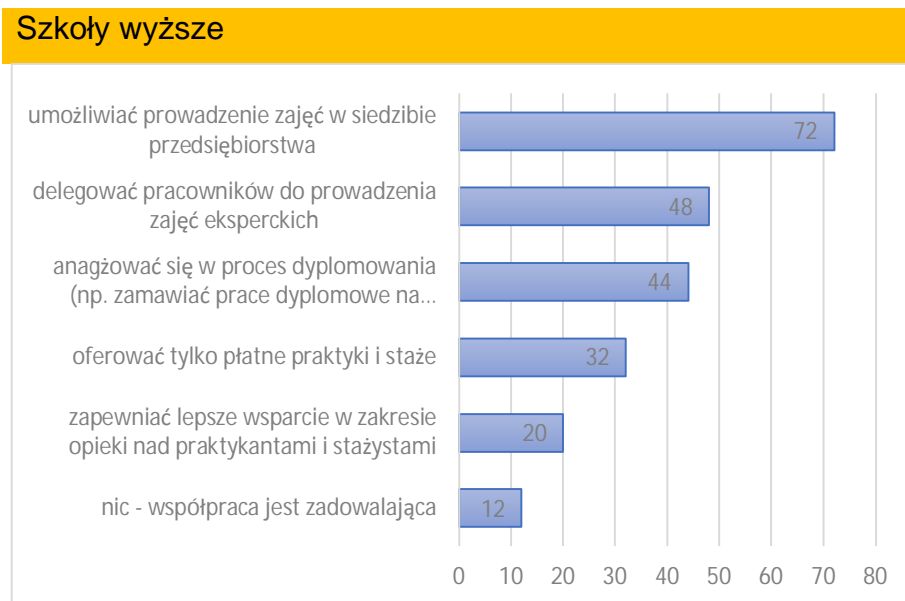


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

W tym aspekcie, wśród przedstawicieli szkół wyższych, dominował pogląd, że studenci mają dobre i bardzo dobre (N=22 / 88%) przygotowanie teoretyczne do realizacji programów praktyk. Tymczasem przedstawiciele przedsiębiorstw ocenili najlepiej kompetencje kelnerskie (N=33) i przygotowanie do pracy w zespole (N=22) i jednocześnie trudno im było ocenić kompetencje barmańskie, baristyczne i gastronomiczne.

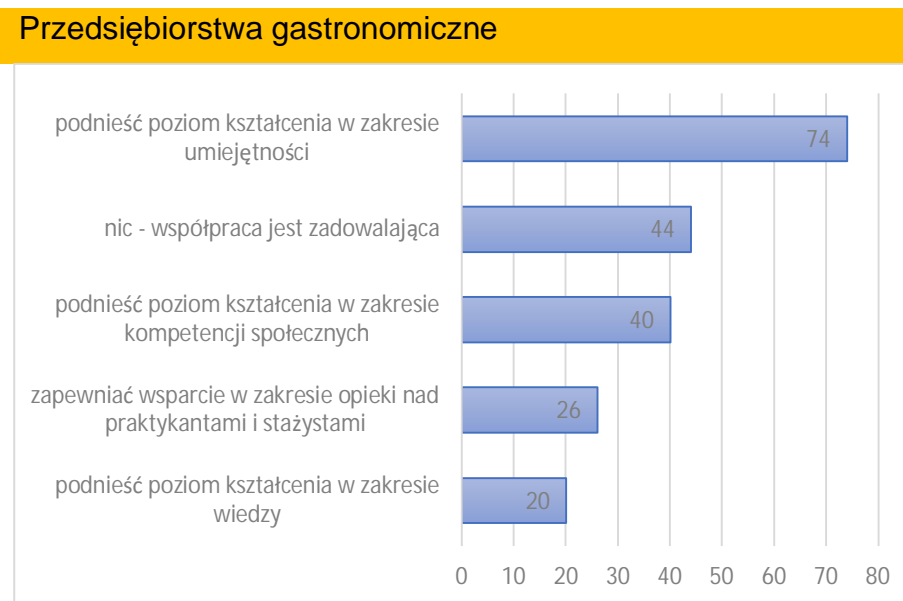
W badaniu poszukiwano także informacji na temat możliwości uatrakcyjnienia współpracy, co powinno się przełożyć na zmniejszenie negatywnego oddziaływania wybranych barier we współpracy (ryc. 12 . 13).

Ryc. 12. Ocena możliwości uatrakcyjnienia współpracy (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Ryc. 13. Ocena możliwości uatrakcyjnienia współpracy (%)



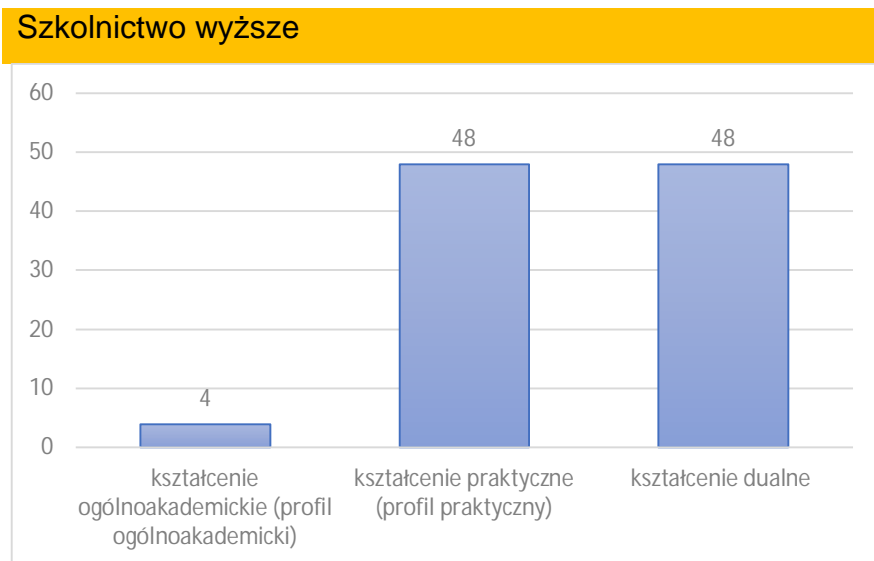
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Uzyskane wyniki pokazują, że dla szkół wyższych najważniejszym postulatem okazała się potrzeba umożliwienia prowadzenia zajęć

w siedzibie przedsiębiorstwa (72% wskazań). Natomiast dla przedstawicieli przedsiębiorstw najważniejsze okazało się podniesienie jakości kształcenia w zakresie umiejętności (74% wskazań).

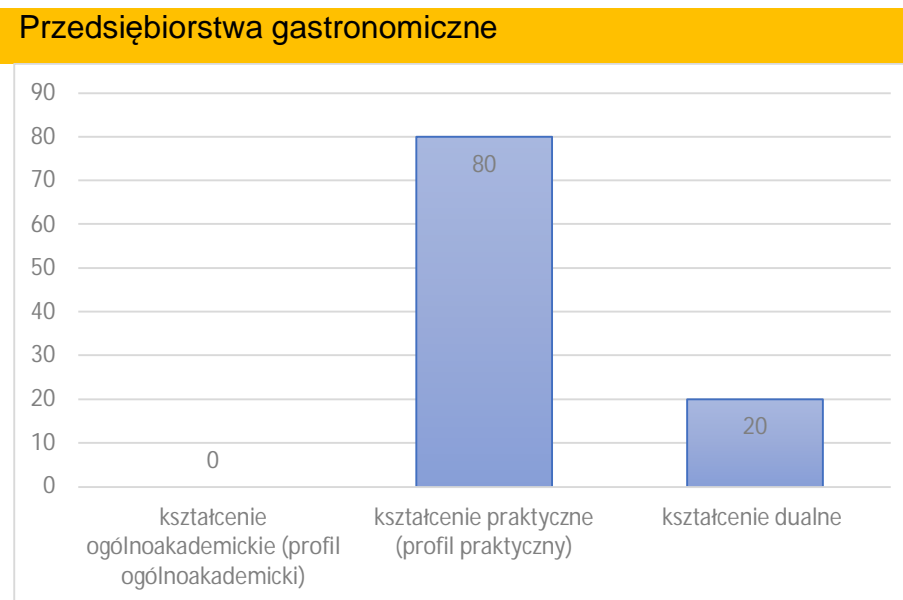
Kolejne pytanie dotyczyło wyboru optymalnej formy kształcenia (ryc. 14 i 15).

Ryc. 14. Najbardziej optymalna forma kształcenia (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Ryc. 15. Najbardziej optymalna forma kształcenia (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

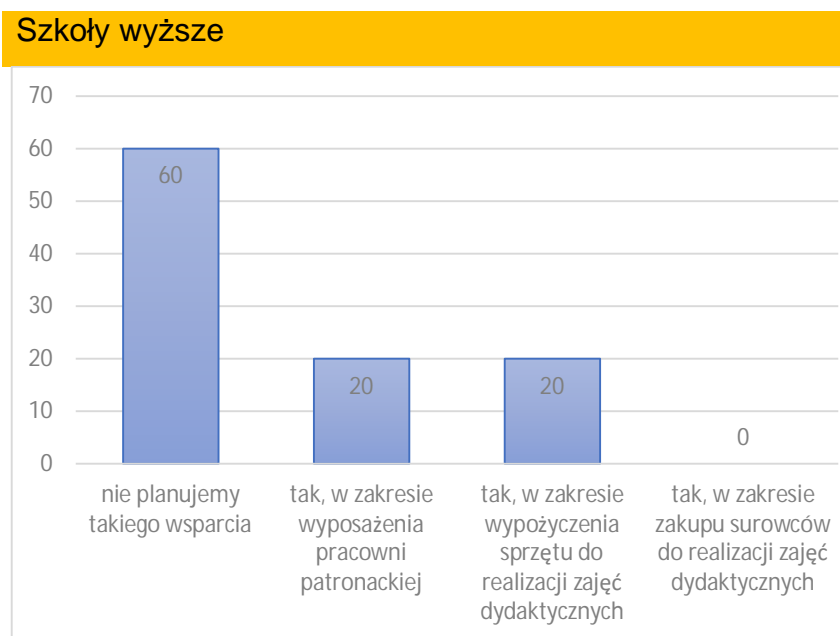
Obie strony badania jednoznacznie wskazały, że najbardziej optymalną formą kształcenia jest kształcenie praktyczne i dualne, przy czym jak już wspomniano, ustawa „Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce” tylko w jednym artykule reguluje problematykę kształcenia dualnego stanowiąc ” *Uczelnia może prowadzić studia dualne, które są studiami o profilu praktycznym*

prowadzonymi z udziałem pracodawcy. Organizację studiów określa umowa zawarta w formie pisemnej – (art. 62 ustawy).

Zdaniem autora tak duża potrzeba kształcenia „dualnego” uzasadnia potrzebę określenia w przepisach (w ustawie lub rozporządzeniu) standardu dla tej formy kształcenia. W standardzie takim należałoby określić m.in. wymiar zajęć prowadzonych u przedsiębiorcy, sposób wynagradzania studentów za udział w stażach lub praktykach, ect. .

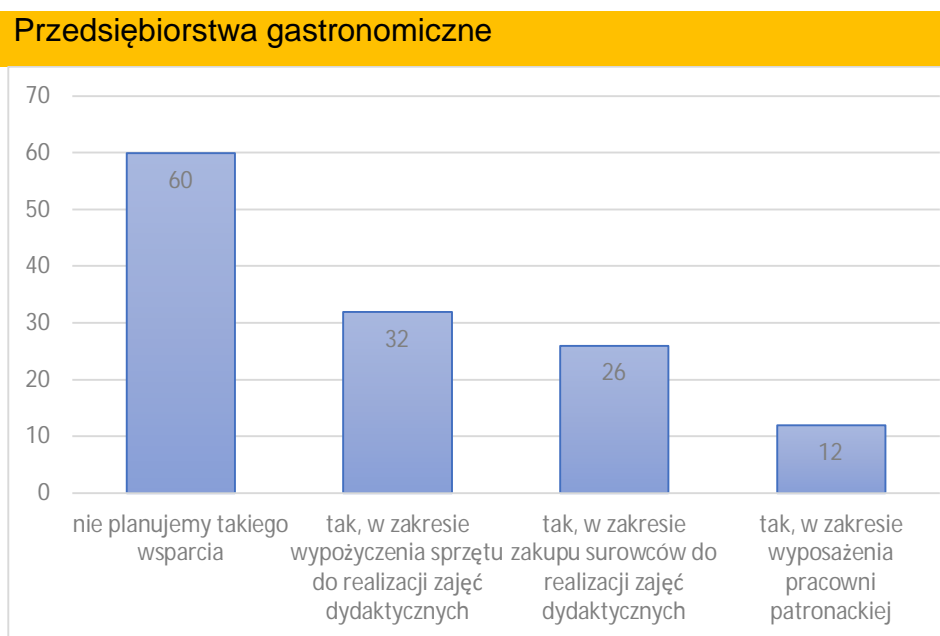
Kolejną kwestią objętą badaniem było ustalenie oczekiwanych przez szkoły i deklarowanych przez przedsiębiorców form wspierania szkół wyższych (ryc. 16-17) .

Ryc. 16. Oczekiwana forma wsparcia szkoły wyższej przez przedsiębiorstwo (%)



Źródło: Opracowanie własne

Ryc. 17. Deklarowana forma wsparcia szkoły wyższej przez przedsiębiorstwo (%)



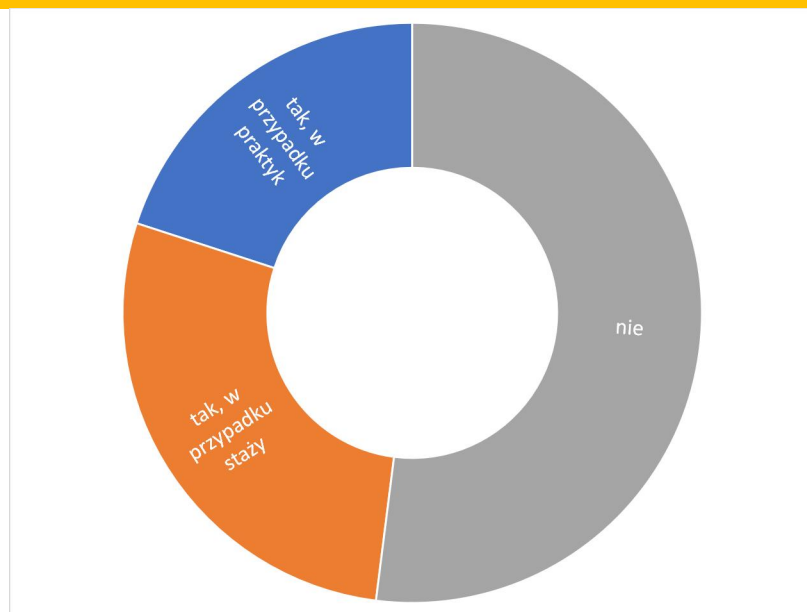
Źródło: Opracowanie własne

Wyniki badania pokazały, że oczekiwane formy wsparcia szkoły wyższej przez przedsiębiorstwo są zgodne z deklarowanymi formami wsparcia, a do najczęstszych form takiego wsparcia zaliczyć należy wyposażenie pracowni patronackiej oraz wypożyczanie sprzętu do realizacji zajęć dydaktycznych.

Badaniem objęto również problem wynagradzania studentów podczas realizacji staży i praktyk (ryc. 18 -19).

Ryc. 18. Wynagradzanie studentów podczas realizacji praktyk i staży

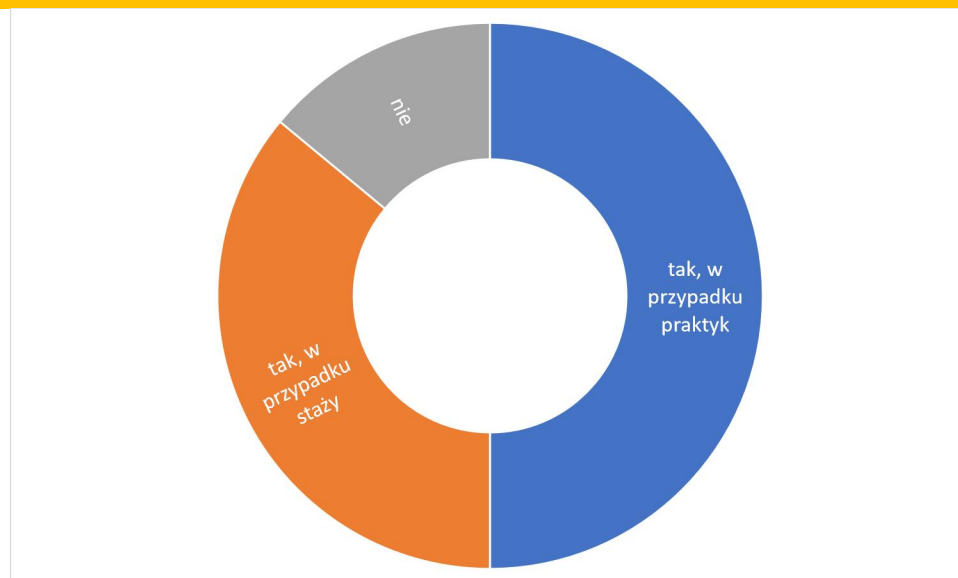
Szkoły wyższe



Źródło: Opracowanie własne

Ryc. 19. Wynagradzanie studentów podczas realizacji praktyk i staży

Przedsiębiorstwa gastronomiczne

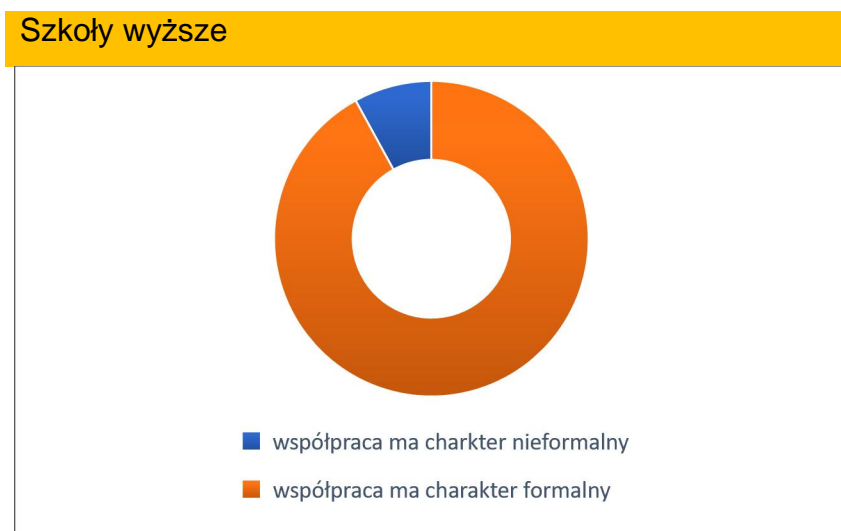


Źródło: Opracowanie własne

Odpowiadając na pytanie dotyczące kwestii wynagradzania studentów podczas realizacji praktyk i staży 52% przedstawicieli szkół wyższych wskazało, że studenci nie otrzymują za taką aktywność wynagrodzenia. Tymczasem w opinii przedstawicieli branży gastronomicznej odpowiedzi negatywnej udzieliło jedynie 14% przedsiębiorstw.

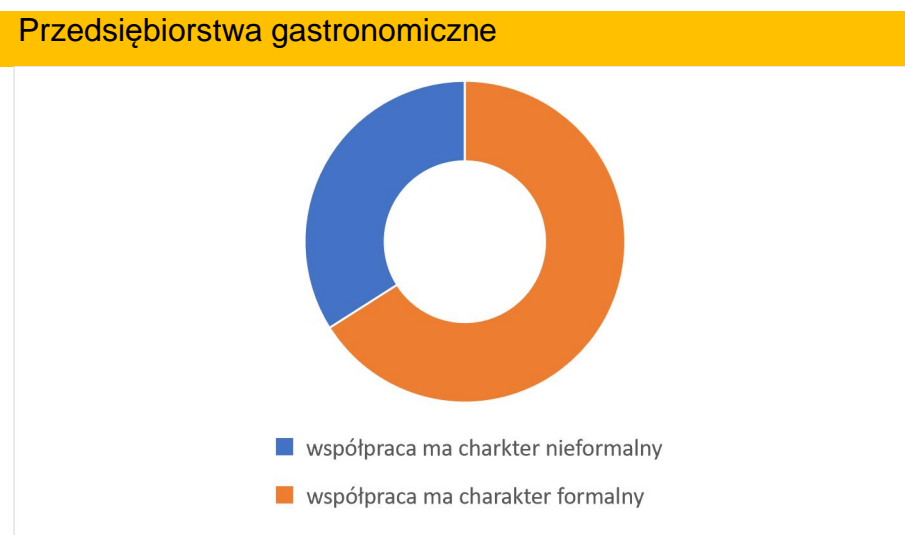
W badaniu podjęto również próbę ustalenia charakteru współpracy pomiędzy uczelniami i przedsiębiorstwami (ryc. 20-21).

Ryc. 20. Charakter współpracy



Źródło: Opracowanie własne

Ryc. 21. Charakter współpracy

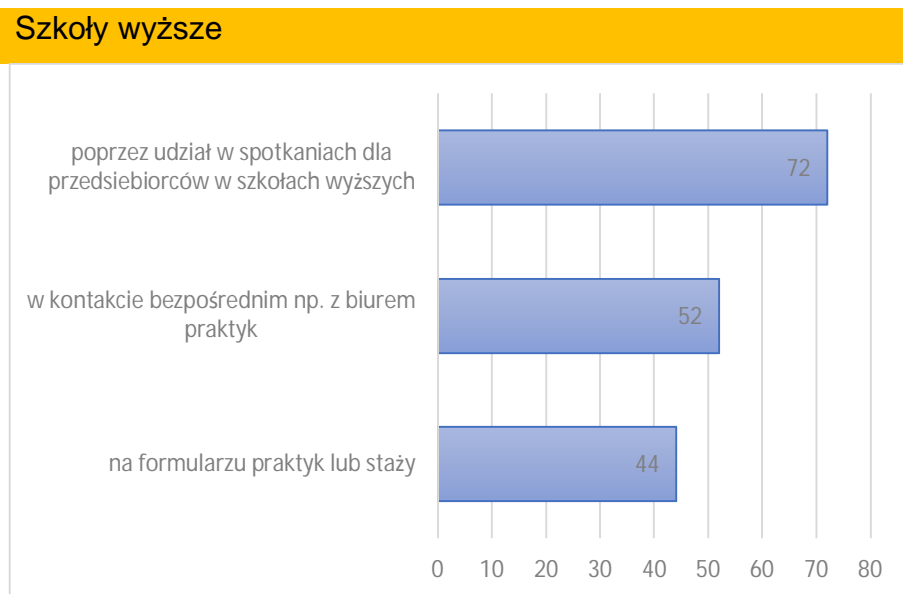


Źródło: Opracowanie własne

Z badania wynika, że współpraca pomiędzy podmiotami na rynku gastronomicznym ma charakter formalny lub nieformalny. Przy czym współpraca nieformalna oparta jest z reguły na wypracowanych relacjach pomiędzy współpracującymi podmiotami. Zauważono, że szkoły wyższe starają się przede wszystkim nawiązać współpracę formalną (92%), podczas gdy dla przedsiębiorstw ma to mniejsze znaczenie (66%).

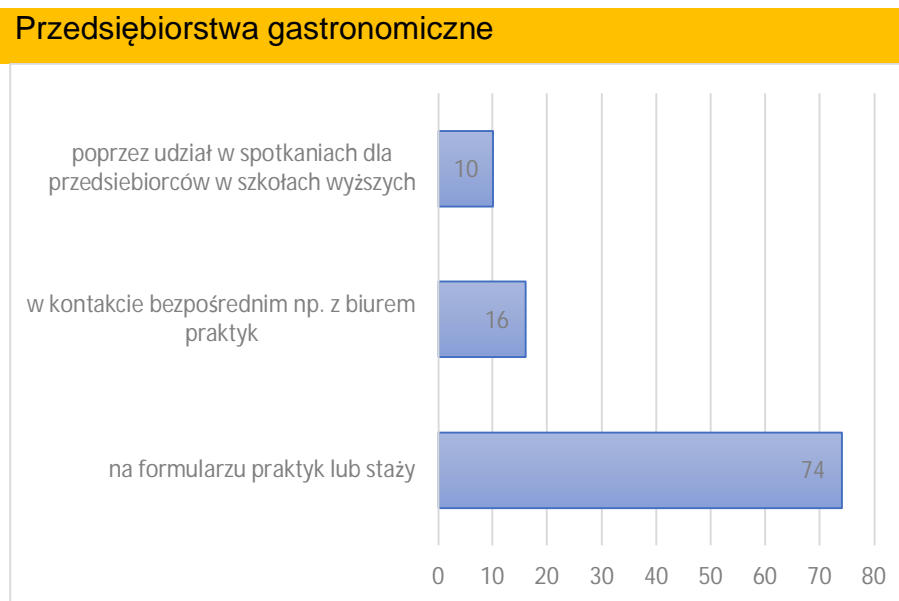
Uczestników badania poproszono również o wskazanie najlepszej drogi do przyjmowania uwag w zakresie efektów kształcenia (EK) (ryc. 22-23).

Ryc. 22. Najlepsza droga do przyjmowania uwag w zakresie EK*



Źródło: Opracowanie własne

Ryc. 23. Najlepsza droga do przyjmowania uwag w zakresie EK*



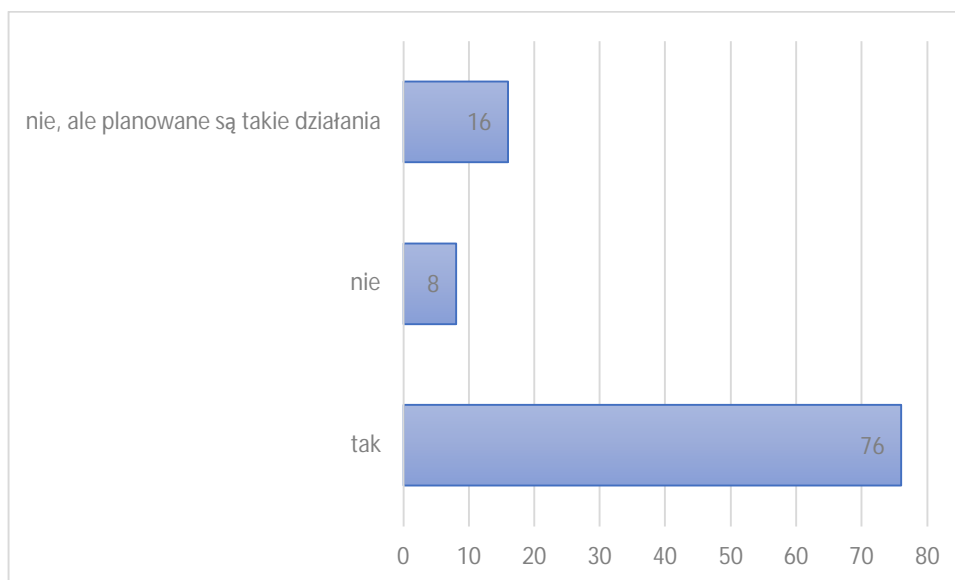
Źródło: Opracowanie własne

*EK-efekty kształcenia

Obie strony badania miały zatem okazję do wypowiedzenia się odnośnie preferowanej drogi do przyjmowania uwag w zakresie korekty efektów kształcenia. W tym przypadku przedstawiciele sektora szkolnictwa wyższego wskazywali przede wszystkim na udział w spotkaniach przedsiębiorców w szkołach (72%), co wskazuje na bierność w zakresie wychodzenia poza uczelnię. Tymczasem przedstawiciele przedsiębiorstw najchętniej zamieszczaliby by swoje uwagi na formularzach dotyczących oceny realizacji programów praktyk i staży (74%).

Kolejną kwestią objętą badaniem był udział pracowników przedsiębiorstwa w działalności dydaktycznej szkoły (ryc.24).

Ryc. 24. Prowadzenie zajęć przez pracowników przedsiębiorstw w opinii szkół wyższych



Źródło: Opracowanie własne

Z badania wynika, że w opinii 76% badanych przedstawicieli uczelni pracownicy przedsiębiorstw uczestniczą w prowadzeniu zajęć dla studentów. Tylko 16% twierdziło, że jeszcze nie były prowadzone, ale są planowane i jedynie 8% udzieliło negatywnej odpowiedzi.

W badaniu ustalono również, że w opinii przedstawicieli szkolnictwa wyższego a także przedstawicieli branży gastronomicznej terminy i czas trwania praktyki są adekwatne do potrzeb i oczekiwań przedsiębiorców i przedstawicieli branży gastronomicznej.

Jednocześnie przedstawiciele przedsiębiorstw oczekują na rynku przede wszystkim przedstawicieli kierunków: gastronomii (100%), hotelarstwa (20%), i turystyki (12%). Przedstawiciele przedsiębiorstw mieli także okazję do swobodnego wyrażenia opinii na temat oczekiwań dotyczących oferty edukacyjnej (cyt.)

4.3. Identyfikacja barier we współpracy z perspektywy szkół wyższych i przedsiębiorstw

Drugim z celów badania było ustalenie, czy we współpracy uczelni z przedsiębiorcami występują bariery – a jeśli tak to jakie? W związku z powyższym zwrócono się do uczelni i przedsiębiorców z pytaniem o współpracę. Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli 7.

Następnie poproszono o wskazanie powodów niepodjęcia współpracy. Wyniki zaprezentowano w tabeli nr 7. Jeśli przedstawiciel szkoły wyższej (7 przypadków) lub przedsiębiorstwa (5 przypadków) określił, że nie podejmuje współpracy w zakresie podjętym w niniejszym badaniu jego dalsze odpowiedzi nie były brane pod uwagę w wynikach. Jednocześnie każda ze stron mogła wskazać w cytowanym pytaniu po kilka odpowiedzi (pytanie wielokrotnego wyboru).

Tab. 7. Powody nie podejmowania współpracy wskazywane przez obie strony.

Szkoły wyższe	Przedsiębiorstwa
<ul style="list-style-type: none"> · uważam, że współpraca nie jest potrzebna z punktu widzenia funkcjonowania uczelni, którą reprezentuję – 6 wskazań, · brak pracownika administracyjnego, który mógłby za taką współpracę odpowiadać – 4 wskazania 	<ul style="list-style-type: none"> · nie znam zasad i możliwości takiej współpracy – 3 wskazania · brak odpowiedniej infrastruktury do realizacji praktyk i staży – 1 wskazanie · problemy z przyjmowaniem studentów na praktyki i staże wynikające z wymaganej przy współpracy dokumentacji – 5 wskazań

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Jednym z najistotniejszych pytań w kwestionariuszach było pytanie o wskazanie barier współpracy, gdzie każda ze stron miała możliwość wypowiedzi swobodnej. Analiza zebranego materiału wykazała, że przedstawiciele szkolnictwa wyższego widzą następujące bariery współpracy (cyt.):

- *„brak czasu przedsiębiorców na spotkania z uczelnią”, „przedsiębiorcy nie mają czasu na zajęcie praktykantami, branża turystyczna nie zgłasza potrzeb na badania istotnych problemów”, „brak czasu”, „obciążenie inną działalnością na uczelni uniemożliwia większe zaangażowanie się we współpracę” (sformułowanie powtarzające się kilkakrotnie w różnych konfiguracjach,*
- *„zbyt wysokie wymagania wobec studentów. Ciągła krytyka programów studiów”,*
- *„płatne staże i praktyki oferują wyłącznie przedsiębiorcy spoza Polski. Co więcej, do współpracy z tymi podmiotami studenci dodatkowo są motywowani poprzez udział w programie Erasmus+, praktyki. Oferta polskich przedsiębiorców dla studentów sprawnie komunikujących się w językach obcych jest całkowicie nieatrakcyjna. Co więcej, przedsiębiorcy (z nielicznymi wyjątkami) nie chcą traktować współpracy z uczelnią kompleksowo. Interesuje ich wyłącznie student jako darmowa siła robocza (praktykant), ewentualnie student jako przyszły potencjalny pracownik. Trudno rozmawia się natomiast z przedsiębiorcami jako partnerami w realizacji wspólnych projektów naukowych czy wdrożeniowych. Oczywiście ograniczenia przedsiębiorstw niezależnych i sieciowych mają zupełnie inny charakter. W pierwszym przypadku chodzi raczej o brak wiedzy i świadomości korzyści z takiej współpracy. W drugim - ciężar działalności badawczo-rozwojowej przeniesiony jest na właściciela sieci, najczęściej zagraniczne przedsiębiorstwo współpracujące z zagranicznymi uczelniami.”,*
- *„brak pracownika w przedsiębiorstwie który zajmował by się tylko praktykantami i kontaktem z uczelnią”,*
- *„najczęstszym motywem współpracy jest realizowanie projektu finansowanego ze źródeł zewnętrznych. Pisząc o projektach, mam na myśli zarówno projekty b+r, jak i projekty o charakterze dydaktycznym. Zakończenie finansowania projektu najczęściej powoduje ustanie współpracy. W przyszłości należałoby zadbać o wskaźnik trwałości projektu wyrażany także podtrzymaniem współpracy”.*

- „przedsiębiorca nie ma żadnej wymiernej korzyści ze współpracy ze szkołą wyższą”.

Przedsiębiorcy rzadziej niż szkoły wypowiadali się na temat barier:

- „zbyt duża zawiałość administracyjna i biurokracja”, „nadmierna biurokracja podczas inicjowania współpracy”,
- „szkoły wyższe koncentrują się za dużo na teoretycznym podejściu do zagadnienia”,
- „szkoła mogłaby dofinansować prace studenta”,
- „brak znajomości modeli i wzorców współpracy tj. konieczny proces edukacyjny , rola np. PARP, RDSKST, właściwych ministerstw”,
- „przekonanie, że pracownicy nauki nie nadążają za rozwojem i to przedsiębiorstwa mają przewagę w zakresie wiedzy i technologii tj. raczej pracownicy nauki nie mają odpowiedniej i aktualnej wiedzy praktycznej, często dysponują wspaniałą teorią i imponują znajomością technologii ale brak im umiejętności i pokory by słuchać praktyków”,
- „niezrozumienie potrzeb partnerów, w tym w tym brak umiejętności nawiązania dialogu”,
- „brak możliwości finansowania w małych przedsiębiorstwach czegoś co nie wspiera generowania zysku w danym momencie”

Przedstawione powyżej cytaty były podstawą do przygotowania zestawienia opisanych w literaturze barier w odniesieniu do wyrażonych opinii a także wyników badań, co zaprezentowano w tab. nr 8.

Tab. 8. Weryfikacja klasyfikacji barier podejmowania współpracy przez uczelnie i przedsiębiorstwa według miejsca ich występowania w relacji pomiędzy szkołami wyższymi a branżą gastronomiczną.

Lokalizacja barier współpracy	Identyfikacja barier	Weryfikacja w badaniach (tak/nie/brak danych)
Uczelnie i przedsiębiorstwa	· brak zainteresowania współpracą (SK)	· nie stwierdzono

	<ul style="list-style-type: none"> niezrozumienie potrzeb partnerów (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> nadmierna biurokracja podczas inicjowania współpracy (B) 	<ul style="list-style-type: none"> stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> problemy z zarządzaniem prawami własności intelektualnej (B) 	<ul style="list-style-type: none"> brak danych
Uczelnie	<ul style="list-style-type: none"> konflikt interesów (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> nie stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> niekorzystny wpływ na sytuację pracowników i/lub studentów (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> nie stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> procedury i biurokracja (B) 	<ul style="list-style-type: none"> nie stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> niechęć pracowników do współpracy (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> brak danych
	<ul style="list-style-type: none"> słabe przygotowanie kandydatów na studia (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> ryzyko finansowe (F) 	<ul style="list-style-type: none"> stwierdzono (współpraca najczęściej ma charakter projektowy)
	<ul style="list-style-type: none"> obciążenie pracowników inną działalnością badawczą i/lub dydaktyczną (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> stwierdzono
	<ul style="list-style-type: none"> obawy przed faworyzowaniem rozwiązań konkretnego przedsiębiorcy (SK) 	<ul style="list-style-type: none"> brak danych
	<ul style="list-style-type: none"> brak zaplecza instytucjonalnego do obsługi współpracy (B) 	<ul style="list-style-type: none"> stwierdzono

Przedsiębiorstwa	· zachowanie poufności (SK)	· brak danych
	· trudności w wycenie wartości współpracy (F)	· brak danych
	· brak możliwości ponoszenia dużych nakładów na projekty badawczo-rozwojowe (F)	· nie stwierdzono
	· niewielka skłonność do podejmowania działań innowacyjnych (SK)	· nie stwierdzono
	· brak znajomości modeli i wzorców współpracy (B)	· stwierdzono
	· zniechęcenie w wyniku dotychczasowej współpracy (SK)	· brak danych
	· niesprzyjająca kultura organizacyjna przedsiębiorstwa (B)	· stwierdzono
	· przekonanie, że pracownicy nauki nie nadążają za rozwojem i to przedsiębiorstwa mają przewagę w zakresie wiedzy i technologii (SK)	· stwierdzono

Źródło: Bryła P., Jurczyk T., Domański T., klasyfikacja barier współpracy z otoczeniem gospodarczym przez uczelnie wyższe, *Marketing i Rynek* 5/2013, s. 10.

Na podstawie przeprowadzonej analizy opisanej w tab. 8 można wnioskować, że dla barier opisanych w literaturze przedmiotu w:

- 6 przypadkach nie stwierdzono występowania barier we współpracy w branży gastronomicznej,
- 9 przypadkach stwierdzono występowania barier we współpracy w branży gastronomicznej tj.:
 - niezrozumienie potrzeb partnerów,

- nadmierna biurokracja podczas inicjowania współpracy,
 - słabe przygotowanie kandydatów na studia,
 - ryzyko finansowe,
 - obciążenie pracowników inną działalnością badawczą i/lub dydaktyczną,
 - brak zaplecza instytucjonalnego do obsługi współpracy,
 - brak znajomości modeli i wzorców współpracy,
 - niesprzyjająca kultura organizacyjna przedsiębiorstwa,
 - przekonanie, że pracownicy nauki nie nadążają za rozwojem i to przedsiębiorstwa mają przewagę w zakresie wiedzy i technologii.
- 6 przypadkach należy pogłębić zakres kolejnych badań, gdyż zarówno przedstawiciele przedsiębiorstw jak i szkół wyższych nie odnieśli się do poruszanych w literaturze barier.

5. Rekomendacje — dotyczące podjęcia przez Sektorową Radę ds. Kompetencji – Turystyka działań mających na celu usunięcie zidentyfikowanych barier

Niniejszy raport w sposób syntetyczny prezentuje wyniki badania, którego celem była identyfikacja form i barier we współpracy przedsiębiorstw branży gastronomicznej ze szkołami kształcącymi kadry na poziomie wyższym dla potrzeb tej branży. Uzyskane wyniki pozwalają na sformułowanie rekomendacji dla Sektorowej Rady ds. Kompetencji – Turystyka w zakresie działań mających na celu usunięcie zidentyfikowanych barier. Zdaniem autora raportu zasadnym jest rozważanie przez Radę możliwości i zasadności podjęcia działań w następujących obszarach .

1. Zwiększająca się liczba studentów obcokrajowców to także zwiększająca się liczba pracowników zagranicznych, którzy muszą być przygotowani do sprzedaży lub świadczenia usług turystycznych w Polsce. Przygotowanie tej grupy do pracy w branży wymaga znacznej modyfikacji programu kształcenia w zakresie doboru przedmiotów i zapewnienia miejsc do realizacji praktyk zawodowych, prowadzonych nierzadko w języku obcym. Zadaniem SRK-T powinno być stworzenie ogólnopolskiego portalu

internetowego, na którym studenci kierunków lub specjalności z zakresu gastronomii mogliby znaleźć miejsce odbywania praktyki lub stażu.

2. Na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić, że wśród barier, po obu stronach, dominują bariery społeczno-kulturowe a także biurokratyczne. Działaniem niwelującym taki stan rzeczy powinny stać się cykliczne spotkania obu środowisk inicjowanie przez SRK-T. Na relacje obu środowisk silnie i negatywnie oddziałuje tak zwana luka komunikacyjna, której występowanie wynika zarówno z działalności po stronie nauki jak i biznesu. W przyszłości należałoby skupić się na organizacji większej liczby spotkań obu stron, aby zachęcić do bliższego poznania się co pod wpływem czasu przełoży się także na wzrost zaufania do wzajemnych działań.
3. Z obserwacji autora (doświadczenie pracy w szkolnictwie wyższym) wynika, że oferta praktyk polskich przedsiębiorców dla studentów sprawnie komunikujących się w językach obcych jest całkowicie nieatrakcyjna. Zadaniem SRK-T powinno być lobbowanie za uregulowaniem kwestii wynagrodzeń dla studentów zakresie praktyk i staży, aby wynagrodzenie było bardziej atrakcyjne.
4. Należałoby w przyszłości rozważyć wprowadzenie do oferty na kierunkach turystycznych specjalizacji „przewodnika po obiektach gastronomicznych”, gdyż mimo, że sektor ten nie wydaje się duży to z całą pewnością zapotrzebowanie na takie usługi istnieje.
5. Tylko dwie szkoły wyższe w Polsce mają w swojej ofercie edukacyjnej kierunek „gastronomia” (lub pokrewny) o profilu praktycznym. Zdaniem autora raportu usługi gastronomiczne mają przede wszystkim wymiar praktyczny, a oferowanie przez uczelnie profilu ogólnoakademickiego nie sprzyja współpracy obu środowisk. Ponadto przedsiębiorcy wyraźnie wskazali (74%), że oczekują przede wszystkim zwiększenia umiejętności praktycznych studentów na etapie edukacji, jeszcze przed podjęciem praktyki lub stażu. Zadaniem SRK-T powinno być rozważanie możliwości przeprowadzenia badania w zakresie ustalenia ewentualnej luki pomiędzy liczbą absolwentów kierunków gastronomicznych a potrzebami rynku pracy (liczbą stanowisk w tym sektorze

dedykowanych absolwentom szkół wyższych).

6. Branża gastronomiczna oczekuje, że będzie mogła przekazywać informacje zwrotne, w zakresie korekty efektów kształcenia, przy wykorzystaniu formularzy praktyk i staży. Tym samym SRK-T powinna, w porozumieniu z przedstawicielami branży gastronomicznej, opracowywać zestawy rekomendacji w zakresie korekty efektów kształcenia a następnie przekazywać je do uczelni kształcącym na kierunkach dedykowanych tej branży.
7. Jedną z istotnych przeszkód we współpracy jest niedostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy, co zniechęca wielu przedsiębiorców do podejmowania współpracy. Wyjście z dyskusją nt. oferty edukacyjnej w kierunku przedsiębiorstw, a nie tylko potrzeb studentów, może usunąć zidentyfikowana barierę. Jednak przytoczony argument po raz kolejny potwierdza fakt, że szkoły wyższe nie mogą być w tej relacji stroną bardziej pasywną niż przedsiębiorstwa.

Poza proponowanymi rekomendacjami na kolejnej stronie zestawiono opisane

w literaturze bariery odnosząc je do wyników badań prezentowanych w raporcie.

Bibliografia

- Barczak M., Trendy rozwojowe kształcenia w turystycznym szkolnictwie wyższym oraz zalecenia dla branży, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków 2019.
- Bryła P., Jurczyk T., Domański T., klasyfikacja barier współpracy z otoczeniem gospodarczym przez uczelnie wyższe, Marketing i Rynek 5/2013, s. 10.
- Czarniecka-Skubina E., Głuchowski A., Turystyka gastronomiczna – fakty i mity, Nauki Inżynierskie i technologie 1(28) 2018, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, 2018.
- Dz.U. 2018 poz. 1668, Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.
- European Innovation Scoreboard 2018 - http://www.kpk.gov.pl/wp-content/uploads/2018/06/ETAY18001ENN_version26062018.pdf [dostęp dnia 9.10.2019]
- Głuchowski A., Rasińska E., Czarniecka-Skubina E., Rynek usług gastronomicznych w Polsce na przykładzie Warszawy, Handel Wewnętrzny 2017

- GUS, Szkolnictwo wyższe w roku akademickim 2018/2019 (wyniki wstępne).
- Jabłońska Ż., Franczyza jako model biznesu kreujący markę (na przykładzie branży gastronomicznej w Polsce), *Przegląd Nauk Ekonomicznych*, PTE Łódź, 2018, s.125-139.
- Mała encyklopedia ZSK, <http://www.kwalifikacje.gov.pl/images/Publikacje/mala-encyklopedia-ZSK.pdf> [dostęp dnia 11.10.2019]
- Mały Rocznik Statystyczny Polski 2018, GUS, Warszawa 2018.
- Markiewicz P., Ratajczak R., Raport z badań fokusowego. Grupa: Przedsiębiorcy, in-LAB, Bydgoszcz 2012 oraz Nieżurawski L., Kuzel M., Szymański P., Pomianowska–Kardaś A., Mroczkowski A., Nowakowska Z., Analiza powiązań współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, jednostkami B+R i instytucjami otoczenia biznesu, Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko–Pomorskiego, Toruń 2010.
- Matusiak k., Guliński J. (red.), Systemy transferu technologii i komercjalizacji wiedzy w Polsce. Siły motoryczne i bariery, PARP, Poznań-Łódź-Wrocław-Warszawa, 2010.
- Opracowanie własne na podstawie Ekonomicznych Losów Absolwentów – 09.10.2019r.
- Pietras P., Bariery współpracy przy wdrażaniu innowacji w organizacji sieciowej na styku sektora przedsiębiorstw B+R, *Organizacja i Zarządzanie*, 4(24).
- Pukin P., Współpraca uczelni wyższych z przedsiębiorcami w Polsce – uwarunkowania, korzyści bariery, formy współpracy, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, Katowice 2019.
- Raport z rynku HoReCa 2019.
- Rynek gastronomiczny w Polsce. Raport 2019.
- Szymański P. (red.), Model funkcjonowania laboratorium inLAB, Bydgoszcz 2012.
- Świetlik K., Ewolucja i uwarunkowania popytu na usługi gastronomiczne w Polsce w latach 2000–2015, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* nr 120, 2017.
- Tomaszewski M., Bariery we współpracy w zakresie innowacji między przedsiębiorcami a pracownikami ze sfery nauki – przegląd literatury, *Przedsiębiorczości i zarządzanie*, 2019, tom XX, zeszyt 8, s. 59.

Załączniki

Kwestionariusz ankiety (szkoły wyższe)

Kwestionariusz skierowany jest do szkół wyższych kształcących kadry dla branży hotelarskiej i gastronomicznej. Badanie realizowane jest na potrzeby raportu nt. "Bariery współpracy przedsiębiorców ze szkołami kształcącymi kadry na poziomie wyższym dla potrzeb branży hotelarskiej i gastronomicznej", który opublikowany zostanie przez Sektorową Radę ds. Kompetencji - Turystyka. Badanie jest anonimowe. Bardzo proszę o rzetelne odpowiedzi na zadane pytania.

Czy współpracują Państwo z przedsiębiorcami z branży hotelarskiej bądź gastronomicznej? *

- nie (przejdź do kolejnego pytania)
- nie, ale rozważam taką możliwość (przejdź do kolejnego pytania)
- tak (pomiń kolejne pytanie)

Zakres współpracy

Jeśli odpowiedzieli Państwo "nie" - proszę o wskazanie co jest powodem nie podjęcia współpracy?

- uważam, że współpraca nie jest potrzebna z punktu widzenia funkcjonowania uczelni, którą reprezentuję
- brak odpowiedniego wsparcia ze strony Państwa
- brak pracownika administracyjnego, który mógłby za taką współpracę odpowiadać
- nie znam zasad i możliwości takiej współpracy

Jeśli odpowiedzieli Państwo "tak" - proszę o wskazanie w jakich obszarach współpracują Państwo z przedsiębiorcami?

- realizacja praktyk lub staży
- kształcenie dualne
- udział w tworzeniu programów kształcenia

- o udział w procesie dyplomowania (np. prace dyplomowe pisane na zamówienie przedsiębiorcy)
- o kształcenie podyplomowe
- o realizacja części zajęć dydaktycznych w siedzibie przedsiębiorstwa
- o udział pracowników przedsiębiorstwa w prowadzeniu zajęć dydaktycznych

Pytania podstawowe

Z jaką częstotliwością podejmowane są kontakty z przedsiębiorcami?

	1 raz w miesiącu	1 raz w semestrze	1 raz w roku akademickim	w sposób ciągły	trudno powiedzieć
w zakresie praktyk i staży					
w zakresie procesu dyplomowania					
w zakresie efektów kształcenia					
w zakresie współpracy dydaktycznej					
w zakresie realizacji zajęć u przedsiębiorcy					

Jakich kierunków lub obszarów studiów pożądamy przedsiębiorcy w ofercie edukacyjnej szkół wyższych?

Jak oceniają Państwo przygotowanie studentów do realizacji praktyk i staży pod względem:

	bardzo źle	źle	dostatecznie	dobrze	bardzo dobrze	trudno powiedzieć
przygotowanie teoretyczne						
zastosowanie wiedzy teoretycznej w praktyce						
umiejętności językowych						
przygotowania do pracy w zespole						
kultury pracy i postawy zawodowej						

Co powinno zrobić przedsiębiorstwo, aby współpraca była bardziej atrakcyjna dla szkoły wyższej?

- zapewniać lepsze wsparcie w zakresie opieki nad praktykantami i stażystami
- angażować się w proces dyplomowania (np. zamawiać prace dyplomowe na konkretny temat)
- delegować pracowników do prowadzenia zajęć eksperckich
- umożliwiać prowadzenie zajęć w siedzibie przedsiębiorstwa
- oferować tylko płatne praktyki i staże

- nic - współpraca jest zadowolająca

Jaka forma kształcenia wydaje się Państwu najbardziej optymalna z punktu widzenia szkoły wyższej?

- kształcenie ogólnoakademickie (profil ogólnoakademicki)
- kształcenie praktyczne (profil praktyczny)
- kształcenie dualne (np. część zajęć dydaktycznych odbywa się w siedzibie przedsiębiorstwa)

Jakiego wsparcia oczekuje Państwa szkoła wyższa w zakresie doposażenia bazy dydaktycznej przez przedsiębiorstwo?

- nie planujemy takiego wsparcia
- tak, w zakresie wyposażenia pracowni patronackiej
- tak, w zakresie wypożyczenia sprzętu do realizacji zajęć dydaktycznych
- tak, w zakresie zakupu surowców do realizacji zajęć dydaktycznych

Czy w ramach realizacji praktyk i staży przedsiębiorcy oferują Państwa studentom wynagrodzenie?

- tak, w przypadku praktyk
- tak, w przypadku staży
- nie

Jaki jest charakter współpracy Państwa szkoły wyższej z przedsiębiorcą?

- nie współpracuję z przedsiębiorcami
- współpraca ma charakter nieformalny
- współpraca ma charakter formalny

Czy terminy i czas trwania praktyk i staży są adekwatne do potrzeb i możliwości przedsiębiorców?

- tak (pomiń kolejne pytanie)
- nie (przejdź do kolejnego pytania)

Jeśli termin i czas trwania praktyk jest nie adekwatny proszę o wskazanie powodów?

W jaki sposób chcieliby Państwo przyjmować uwagi i propozycje do efektów kształcenia zgłaszane przez przedsiębiorców?

- na formularzu praktyk lub staży
- w kontakcie bezpośrednim np. z biurem praktyk
- poprzez udział w spotkaniach dla przedsiębiorców w szkołach wyższych

Czy przedstawiciele przedsiębiorców prowadzą zajęcia dydaktyczne w Państwa szkole wyższej?

- tak
- nie
- nie, ale planowane są takie działania

Opisz bariery współpracy przedsiębiorców ze szkołami wyższymi (wypowiedź swobodna) *

Metryczka

Typ szkoły wyższej *

- uczelnia publiczna
- uczelnia niepubliczna

Profil kształcenia (dotyczy hotelarstwa i gastronomii) *

- profil praktyczny
- profil ogólnoakademicki

Stopień studiów

- studia I stopnia
- studia II stopnia

Kwestionariusz ankiety (przedsiębiorstwa)

Kwestionariusz skierowany jest do przedsiębiorców z branży gastronomicznej współpracujących lub zainteresowanych współpracą ze szkołami wyższymi. Badanie realizowane jest na potrzeby raportu nt. "Bariery współpracy przedsiębiorców ze szkołami kształcącymi kadry na poziomie wyższym dla potrzeb branży gastronomicznej", który opublikowany zostanie przez Sektorową Radę ds. Kompetencji - Turystyka. Badanie jest anonimowe. Bardzo proszę o rzetelne odpowiedzi na zadane pytania.

Czy współpracują Państwo ze szkołami wyższymi?

- nie (przejdź do kolejnego pytania)
- nie, ale rozważam taką możliwość (przejdź do kolejnego pytania)
- tak (pomiń kolejne pytanie)

Jeśli odpowiedzieli Państwo "nie" - proszę o wskazanie co jest powodem nie podjęcia współpracy?

- uważam, że współpraca nie jest potrzebna z punktu widzenia funkcjonowania organizacji, którą reprezentuję
- brak odpowiedniego wsparcia ze strony Państwa
- brak pracownika, który mógłby za taką współpracę odpowiadać
- nie znam zasad i możliwości takiej współpracy
- niska jakość pracy studentów podczas praktyk i staży
- brak odpowiedniej infrastruktury do realizacji praktyk i staży przez studentów
- problemy z przyjmowaniem studentów na praktyki i staże wynikające z wymaganej przy współpracy dokumentacji

Jeśli odpowiedzieli Państwo "tak" - proszę o wskazanie w jakich obszarach współpracują Państwo ze szkołą wyższą?

- realizacja praktyk lub staży
- kształcenie dualne
- udział w tworzeniu programów kształcenia

- udział w procesie dyplomowania (np. prace dyplomowe pisane na zamówienie przedsiębiorcy)
- kształcenie podyplomowe
- realizacja części zajęć dydaktycznych w siedzibie przedsiębiorstwa
- udział pracowników przedsiębiorstwa w prowadzeniu zajęć dydaktycznych

Studenci jakich kierunków studiów są najbardziej pożądanymi w Państwa przedsiębiorstwie?

- turystyka
- zarządzanie
- ekonomia
- gastronomia
- hotelarstwo

Jakich kierunków lub obszarów studiów według Państwa brakuje w ofercie edukacyjnej szkół wyższych?

Jak oceniają Państwo przygotowanie studentów do realizacji praktyk i staży pod względem:

	bardzo źle	źle	dostatecznie	dobrze	bardzo dobrze	trudno powiedzieć
przygotowanie teoretyczne						
zastosowanie wiedzy teoretycznej w praktyce						
umiejętności językowych						

	bardzo źle	źle	dostatecznie	dobrze	bardzo dobrze	trudno powiedzieć
przygotowania do pracy w zespole						
kultury pracy i postawy zawodowej						
kompetencji kelnerskich						
kompetencji barmańskich						
kompetencji baristycznych						
umiejętności gastronomicznych						

Co powinna zrobić szkoła wyższa, aby współpraca była bardziej atrakcyjna dla Państwa przedsiębiorstwa?

- podnieść poziom kształcenia w zakresie wiedzy
- podnieść poziom kształcenia w zakresie umiejętności
- podnieść poziom kształcenia w zakresie kompetencji społecznych
- zapewniać wsparcie w zakresie opieki nad praktykantami i stażystami
- nic - współpraca jest zadowalająca

Jaka forma kształcenia wydaje się Państwu najbardziej optymalna z punktu widzenia przedsiębiorstwa?

- kształcenie ogólnoakademickie (profil ogólnoakademicki)
- kształcenie praktyczne (profil praktyczny)

- o kształcenie dualne (np. część zajęć dydaktycznych odbywa się w siedzibie przedsiębiorstwa)

Czy szkoła wyższa mogłaby liczyć na współpracę z Państwem w zakresie doposażenia bazy dydaktycznej?

- o nie planujemy takiego wsparcia
- o tak, w zakresie wyposażenia pracowni patronackiej
- o tak, w zakresie wypożyczenia sprzętu do realizacji zajęć dydaktycznych
- o tak, w zakresie zakupu surowców do realizacji zajęć dydaktycznych

Czy w ramach realizacji praktyk i staży oferujecie Państwo wynagrodzenie dla studentów?

- o tak, w przypadku praktyk
- o tak, w przypadku staży
- o nie

Jaki jest charakter współpracy Państwa przedsiębiorstwa ze szkołą wyższą?

- o nie współpracuję ze szkołą wyższą
- o współpraca ma charakter nieformalny
- o współpraca ma charakter formalny

Czy terminy i czas trwania praktyk i staży są adekwatne do Państwa potrzeb i możliwości?

- o tak (pomiń kolejne pytanie)
- o nie (przejdź do kolejnego pytania)

Jeśli termin i czas trwania praktyk jest nie adekwatny proszę o wskazanie powodów?

W jaki sposób chcieliby Państwo zgłaszać uwagi i propozycje do efektów

kształcenia realizowanych w programach szkół wyższych?

- o na formularzu praktyk lub staży
- o w kontakcie bezpośrednim z biurem praktyk
- o poprzez udział w spotkaniach dla przedsiębiorców w szkołach wyższych

Opisz bariery współpracy przedsiębiorców ze szkołami wyższymi (wypowiedź swobodna) *

Metryczka

Wielkość przedsiębiorstwa

- o mikro - do 10 pracowników
- o mała - poniżej 50 pracowników
- o średnia - poniżej 250 pracowników
- o duża - powyżej 250 pracowników

Miejscowość

- o do 25 tys. mieszkańców
- o od 25 do 50 tys. mieszkańców
- o od 50 do 100 tys. mieszkańców
- o od 100 do 200 tys. mieszkańców
- o powyżej 200 tys. mieszkańców

Numer klasyfikacji PKD: