NR 32 FOLIA TURISTICA 2014

KWALIFIKACJE I KOMPETENCJE PRACOWNIKÓW TURYSTYKI. PRÓBA DIAGNOZY TURYSTYCZNEGO RYNKU PRACY

*Bożena Alejziak**

Abstrakt

Cel. Kapitał ludzki to najważniejsza wartość współczesnego przedsiębiorstwa turystycznego, od niego bowiem zależy jego konkurencyjność i innowacyjność. Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie badań diagnozujących poziom kompetencji i kwalifikacji osób zatrudnionych w turystyce i rekreacji.
Metoda. Aby zdiagnozować powyższe cele, zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, który przeprowadzono techniką ankietowania, gdzie narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety.
Wyniki. Dzięki przeprowadzonym badaniom ustalono, jaki jest aktualny poziom kwalifikacji pracowników turystyki i rekreacji w zakresie wykształcenia, znajomości języków obcych, znajomości programów rezerwacyjnych, ukończonych kursów i szkoleń. Zbadano także opinie pracodawców na temat kompetencji absolwentów kierunków turystycznych oraz przeanalizowano uwagi skierowane do uczelni wyższych kształcących młodzież na kierunku turystyka i rekreacja.
Ograniczenia badań i wnioskowania. Są to badania pilotażowe, które przeprowadzono w 89 przedsiębiorstwach obejmujących wybrane sektory turystyki, takie jak: biura podróży, przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, przedsiębiorstwa rekreacyjne.
Implikacje praktyczne. Wnioski wynikające z badań mogą być wykorzystane do modyfikacji programów kształcenia na kierunkach związanych z turystyką.
Oryginalność. Praca zawiera aktualną diagnozę kwalifikacji pracowników szeroko pojętej branży turystycznej (zarówno faktycznych, jak i oczekiwanych przez pracodawców) oraz wynikające z niej sugestie i rekomendacje dla podmiotów zaangażowanych w procesy edukacyjne oraz kształtowanie turystycznego rynku pracy.
Rodzaj pracy. Artykuł prezentujący wyniki badań empirycznych.

Słowa kluczowe: kwalifikacje, kompetencje, rynek pracy, turystyka, rekreacja.

* dr, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Hotelarstwa; e-mail: bozena.alejziak@awf.krakow.pl.

Wprowadzenie

Konkurencyjność przedsiębiorstw oraz tempo rozwoju gospodarczego związane są z jakością kapitału ludzkiego: wiedzą, postawami i umiejętnościami ludzi. W XXI wieku, w cywilizacji wiedzy, to powiązanie staje się coraz bardziej aktualne, dlatego kształcenie kadr dla potrzeb turystyki jest jednym z warunków dostosowania polskich usług turystycznych do standardów UE. Zdefiniowano to jako cel strategiczny drugiego obszaru priorytetowego w dokumecie *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku* [MSiT 2008], pisząc, że „kwalifikacje i umiejętności zawodowe są kluczową determinantą osiągania wysokiej jakości usług turystycznych i wdrażania wysokiej jakości produktów turystycznych" [MSiT 2008, s. 73]. W tej sytuacji ważna jest realizacja koncepcji uczenia się przez całe życie i mobilności, poprawa jakości i skuteczności kształcenia i szkolenia, promowanie równości, spójności społecznej i aktywności obywatelskiej, zwiększenie kreatywności i innowacyjności, w tym przedsiębiorczości, na wszystkich poziomach kształcenia i szkolenia [Zarzycki, Borne-Januła i in. 2010, s. 8; Stachowiak 2009, s. 111]. W kontekście rozwoju turystyki należy wziąć pod uwagę dwie grupy zasobów ludzkich, które można określić mianem kreatora oferty turystycznej lub odbiorcy oferty turystycznej. W przypadku pierwszej grupy chodzi o kształtowanie kompetencji pozwalających na tworzenie innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych oraz właściwą obsługę klientów. Kreatorzy oferty turystycznej muszą posiadać – oparte na przedsiębiorczości i elastyczności działania – zdolności do sprostania wymaganiom rynku. W przypadku drugiej grupy ważne jest z kolei kształtowanie odpowiednich postaw i nawyków związanych ze spędzaniem wolnego czasu, tworzeniem popytu na wartościową ofertę turystyczną, sprzyjającą regeneracji fizycznej i psychicznej, rozwijającą horyzonty myślowe. Niezbędnym elementem osiągnięcia tych celów jest [MSiT 2008, s. 73]:

- wsparcie kadr społecznych, które przyczyniają się do kształtowania odpowiednich postaw konsumentów, rozwijają zainteresowanie wartościami krajoznawczymi, kulturowymi i przyrodniczymi, co ma szczególne znaczenie w przypadku turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży, spełniając także ważną funkcję w zapobieganiu patologiom społecznym,
- kształtowanie świadomości przyszłych i obecnych kadr w obszarze ekologii, co dotyczy zarówno osób kreujących podaż, jak i popyt na usługi turystyczne, zgodnie z regułami zrównoważonego rozwoju,
- przygotowanie i skoordynowanie kadr do obsługi wielkich wydarzeń kulturalnych i sportowych.

Zgodnie z *Kierunkami rozwoju turystyki do 2015 roku* [MSiT 2008, s. 75] przygotowanie profesjonalnych kadr turystyki i ich doskonalenie powinno

koncentrować się m.in. na wdrażaniu umiejętności praktycznych oraz systemie szkoleń dla pracowników sektora turystycznego, sektora usług okołoturystycznych, opracowania i wdrożenia systemu staży zawodowych. *Kierunki…* [MSiT 2008, s. 82] zakładają stworzenie systemu monitorowania zmian w zakresie potrzeb kadrowych w obrębie turystyki, w szczególności: diagnozowanie potrzeb zgłaszanych przez pracodawców, kreowanie prognoz zapotrzebowania na kwalifikacje uwzględniających trendy krajowe i międzynarodowe.

Analizując literaturę naukową dotyczącą turystycznego rynku pracy na przestrzeni dwóch dekad, można zauważyć, że nie jest ona zbyt obszerna. Jedną z pierwszych publikacji na ten temat (obecnie o znaczeniu już historycznym), była praca zbiorowa *Kadry w turystyce* [1990] – będąca efektem Centralnego Programu Badań Podstawowych: CPBP 0806, którego kierownikiem był K. Przecławski, a kierownikiem grupy tematycznej poświęconej problematyce kadr T. Jarowiecka – zredagowana przez Z. Kruczka. Kolejną ważną pozycją wnosząca znaczący wkład w rozwój zasobów ludzkich w branży turystycznej jest publikacja *Kadry w turystyce* pod red. Z. Kruczka, w której poruszono między innymi takie problemy, jak kształcenie dla potrzeb turystyki w regionie małopolskim [Kruczek 1998, s. 5–16], losy zawodowe absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych w latach 1991–1993 [Borne-Falencik 1998, s. 17–38], przeanalizowano czynniki determinujące efekty kształcenia studentów AWF na kierunku turystyka i rekreacja [Różycki 1998, s. 39–47] oraz kształcenie kadr dla potrzeb turystyki w Polsce [Wodejko 1998, s. 81–87].

Z punktu widzenia rozwoju systemu kształcenia oraz ogólnie rozwoju turystyki szczególnie ważnym problemem naukowym są cele i treści akademickiego kształcenia dla turystyki i rekreacji, które zostały poddane różnorodnym analizom w publikacji pod red. A. Nowakowskiej [2001]. Istotną dla badanego zagadnienia publikacją jest praca H. Borne-Januły [2002] dotycząca stanu bezrobocia w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych. Ważny wkład w problematykę diagnozowania zasobów ludzkich w turystyce stanowi analiza losów zawodowych magistrów turystyki absolwentów AWF w Krakowie, dokonana przez Z. Kruczka [2003], a także analiza zatrudnienia absolwentów uczelni wychowania fizycznego w pierwszych miesiącach po ukończeniu studiów, zawarta w pracy T. Lisieckiego [2003]. Z kolei B. Alejziak [2005] dokonała analizy ofert pracy oraz poszukiwanych kwalifikacji w sektorze usług turystycznych, a także – w swojej innej pracy – przedstawiła narzędzia do monitoringu potrzeb na rynku pracy w usługach turystycznych i okołoturystycznych [2007]. Analizom potrzeb w zakresie zatrudnienia w sektorze turystycznym poświęcona jest też praca R. Ziółkowskiego [2013]. Ciekawym opracowaniem jest publikacja prezentującą prognozy rozwoju oraz oddziaływania turystyki

na rynek pracy oraz modernizację przedsiębiorstw w województwie śląskim [Burzyński 2010]. Ciągle aktualny jest problem kształcenia kadr dla potrzeb usług turystycznych, kształtowania odpowiednich kompetencji oraz standardów kształcenia, co w swoich pracach podkreślają między innymi B. Iwankiewicz-Rak [2012] oraz A. Wartecka-Ważyńska [2014].

Cel i metoda

Biorąc pod uwagę ważność problemu, jakim jest rozwój zasobów ludzkich w turystyce, celem przeprowadzonych badań było:

- zdiagnozowanie kwalifikacji pracowników turystyki w wybranych obszarach, takich jak: biura podróży, przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, przedsiębiorstwa rekreacyjne;
- ustalenie, w jaki sposób pracodawcy doskonalą kompetencje zatrudnionych pracowników;
- poznanie opinii pracodawców na temat kwalifikacji absolwentów zatrudnianych w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych.

Celem teoretycznym, który spróbowano zrealizować, było zdiagnozowanie kwalifikacji kadr zatrudnionych w turystyce oraz poznanie potrzeb pracodawców w zakresie kompetencji ważnych z punktu widzenia pracy w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych. Natomiast cel praktyczny wyznaczała możliwość wykorzystania wyników badań do weryfikacji programów kształcenia oraz dostosowanie ich do zmieniających się potrzeb rynku pracy. Aby zrealizować założone cele, główne pytanie badawcze sformułowano następująco: Jaki poziom i zakres kompetencji prezentują pracownicy zatrudnieni w branży turystycznej? Postawiono także kilka pytań szczegółowych:

1. Jaka jest struktura wykształcenia pracowników w przedsiębiorstwach turystycznych?
2. Jakimi językami obcymi posługują się pracownicy zatrudnieni w przedsiębiorstwach turystycznych?
3. Jakie kursy i szkolenia, w opinii pracodawców, są przydatne do pracy w przedsiębiorstwach turystycznych?
4. Z jakich programów rezerwacyjnych najczęściej korzystają przedsiębiorstwa turystyczne?
5. Jakie szkolenia mające na celu podwyższenie kwalifikacji pracowników organizują pracodawcy?
6. Jak pracodawcy oceniają kompetencje absolwentów kierunków turystycznych na tle innych absolwentów zatrudnianych w przedsiębiorstwach turystycznych?

Podstawową metodą badawczą był sondaż diagnostyczny, przeprowadzony techniką ankietowania. Głównym narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety zawierający 19 pytań (zarówno otwartych, jak i z kafeterią zamkniętą). Badania, które miały charakter pilotażowy, przeprowadzono w terminie od listopada 2013 do lutego 2014 roku. Badaniami objęto 89 losowo wybranych przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych działających na terenie Krakowa, które wyraziły zgodę na udział w badaniach. Były to biura podróży, przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe (np. hotele, motele, pensjonaty) oraz przedsiębiorstwa rekreacyjne (np. siłownie, zakłady odnowy biologicznej, szkoły tańca itp.). W tym miejscu warto podkreślić, że badanie turystycznego rynku pracy nastręcza wielu trudności ze względu na duży opór pracodawców w wypełnianiu ankiet, ponieważ są oni zobowiązani do prowadzenia dość uciążliwej sprawozdawczości wymaganej przez różnorodne urzędy. Należy więc podkreślić, że przeprowadzone badania nie odzwierciedlają w pełni wszystkich trendów i potrzeb turystycznego rynku pracy, dają jedynie pewien pogląd na potrzeby kadrowe w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych. Zgodnie z definicją A. Panasiuka [2011, s. 374–375]:

- „przedsiębiorstwo turystyczne to celowo zorganizowany, samodzielny ekonomicznie i wyodrębniony pod względem techniczno-usługowym, przestrzennym oraz prawnym zespół ludzi, środków materialnych i finansowych, powołany do prowadzenia określonej działalności gospodarczej (świadczenia usług turystycznych) w zakresie zaspokajania w sferze turystyki potrzeb (bytowych) ludności podróżującej (i nie tylko) i pozwalający na maksymalizację korzyści ekonomicznych;
- przedsiębiorstwo rekreacyjne jest jednostką organizacyjną prowadzącą działalność gospodarczą, która polega na odpłatnym świadczeniu usług uczestnikom różnych typów i rodzajów rekreacji dla ludności podróżującej i mieszkańców. Przedsiębiorstwa rekreacyjne świadczą usługi rekreacyjne (np. w zakresie rekreacji ruchowej – usługi fitness, czy w zakresie pozostałych form rekreacji – usługi teatru".

Działalnością zasadniczą przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych jest świadczenie usług turystycznych i rekreacyjnych w zależności od rodzaju przedsiębiorstwa: dla przedsiębiorstw hotelarskich jest to świadczenie usług hotelarskich (noclegowych, gastronomicznych), dla przedsiębiorstw organizacji i pośrednictwa turystycznego (biur podróży) – organizowanie imprez turystycznych oraz pośredniczenie w ich sprzedaży, a dla klubów fitness – działalność związana z zaspokajaniem potrzeb w zakresie ruchu (aerobik, siłownia, basen). Podobną typologię przedsiębiorstw

turystycznych zaproponował A. Rapacz [2007, s. 23–24], który ze względu na przedmiot działalności wyróżnił:

- przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, czyli hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, schroniska, kempingi i pola biwakowe [*Ustawa o usługach turystycznych z 1997 roku*],
- biura podróży, które mogą występować w roli organizatora imprez turystycznych, pośrednika turystycznego i agenta,
- przedsiębiorstwa świadczące usługi sportowo-rekreacyjne, których działalność polega na świadczeniu usług z zakresu rekreacji ruchowej i innych jej form dla ludności podróżującej oraz mieszkańców obszarów recepcji turystycznej. Według G. Gołembskiego [1997, s. 56] są to między innymi kompleksy obiektów do uprawiania narciarstwa zjazdowego, narciarstwa biegowego, lodowiska, baseny kąpielowe, korty tenisowe, pola golfowe i inne. Ponadto autor wyróżnił jeszcze przedsiębiorstwa transportu turystycznego, przedsiębiorstwa sanatoryjno-uzdrowiskowe oraz podmioty zajmujące się informacją i promocją turystyczną.

Wyniki badań

Przedsiębiorstwo turystyczne i rekreacyjne jest więc jednostką organizacyjną prowadzącą działalność gospodarczą polegającą na odpłatnym świadczeniu usług turystycznych i rekreacyjnych.

Badania wykazały, że większość przedsiębiorstw ma ugruntowaną pozycję na rynku turystycznym. Co trzecia firma (33,7%) powstała przed 2000 rokiem, prawie połowa (44,9%) w latach 2000–2010, a tylko prawie co dziesiąta (12,4%) działa od 2011 roku (pozostałe 9% badanych przedsiębiorstw nie podało informacji na ten temat). Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności największą grupę stanowiły przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe (52,8%) oraz biura podróży (38,2%). Przedsiębiorstwa świadczące usługi rekreacyjne stanowiły około 9% badanych firm. Szacując wielkość badanych przedsiębiorstw, wykorzystano klasyfikację wynikającą z *Ustawy o swobodzie działalności gospodarczej z 2 lipca 2004 roku*, gdzie jednym z kryteriów jest liczba zatrudnionych pracowników. Ustalono więc, że większość badanych firm prezentowała poziom przedsiębiorstwa „mikro" (43,8%) oraz „małego" (34,8%), co piąte (18,0%) „średniego", zaś bardzo niewiele było przedsiębiorstw „dużych" (2,2%). W 1,1% badanych firm odmówiono odpowiedzi na to pytanie.

Specyfiką działalności przedsiębiorstw turystycznych, rekreacyjnych oraz świadczących usługi noclegowe jest to, iż spośród wszystkich zasobów pracy najważniejsze miejsce zajmuje czynnik ludzki, czyli pracownicy.

Pracownicy powyższych przedsiębiorstw najczęściej występują bowiem w roli organizatora procesu pracy i bezpośredniego wytwórcy, dlatego każdy z nich powinien być przygotowany do spełnienia oczekiwań klientów, prawidłowego ich obsłużenia, udzielenia stosownych informacji, służenia radą i pomocą [Rapacz 2007, s. 105]. Praca w turystyce i rekreacji stawia duże wymagania, które dotyczą nie tylko odpowiedniej wiedzy i umiejętności, lecz także określonych predyspozycji psychicznych i fizycznych. Od pracowników szeroko pojętej branży turystycznej wymaga się dobrego przygotowania zawodowego, formalnego wykształcenia, doświadczenia zawodowego, a także odpowiedniego poziomu kompetencji społecznych warunkujących dobry kontakt z klientem. Diagnozując poziom kwalifikacji i kompetencji kadr w sektorze turystyki i rekreacji, uwzględniono następujące kryteria:

- wykształcenie,
- znajomość języków obcych,
- posiadane kursy i szkolenia,
- znajomość programów rezerwacyjnych,
- kompetencje społeczne.

Powyższe kryteria mają związek z Krajowymi Ramami Kwalifikacji, które stanowią swoisty opis kwalifikacji zdobywanych w polskim systemie szkolnictwa wyższego [http://www.nauka.gov.pl (28.02.2014)] dla potrzeb rynku pracy. Wdrażanie Ram Kwalifikacji do polskiego systemu edukacji wynika z realizacji założeń Deklaracji Bolońskiej oraz Zaleceń Parlamentu Europejskiego i Rady z 23 kwietnia 2008 roku. Proces ten należy przede wszystkim rozpatrywać w kategorii narzędzia, które służy podnoszeniu jakości kształcenia oraz wspierania inicjatywy uczenia się przez całe życie [http://www.nauka.gov.pl (28.02.2014)]. Kwalifikacje są opisane w języku efektów kształcenia ujętych w kategoriach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Definiując je, można stwierdzić, że [por. MNiSW 2014; Chmielnicka 2009; Okoń 2004]:

- kwalifikacja oznacza „formalny wynik" i efekt przeprowadzenia określonej procedury, potwierdzony otrzymaniem dyplomu lub świadectwa umożliwiającego zmianę statusu (np. podjęcie nauki w szkole wyższego szczebla lub uzyskanie zatrudnienia),
- kompetencje to wszystko to, co dana osoba wie, rozumie i potrafi wykonać, czyli jej skumulowane efekty uczenia się,
- kompetencje społeczne oznaczają dyspozycje do określonych działań zgodnie z wyznawanym systemem wartości.

Wprowadzenie pojęcia „kompetencje społeczne" do edukacji na poziomie wyższym stanowi pewne *novum* i potrzebne jest wypracowanie dobrych praktyk po to, aby właściwie je rozumieć i weryfikować.

Wykształcenie

Jednym z ważniejszych kryteriów oceny kadr w turystyce jest poziom i zakres ich wykształcenia. Badanych pracodawców poproszono o podanie liczby pracowników zatrudnionych w ich przedsiębiorstwie oraz określenie poziomu ich wykształcenia, proponując do wyboru następujące jego kategorie: podstawowe, zawodowe, średnie ogólnokształcące, średnie turystyczne, średnie inne niż turystyczne, wyższe licencjackie turystyczne, wyższe licencjackie inne niż turystyczne, wyższe magisterskie turystyczne, wyższe magisterskie inne niż turystyczne, studia doktoranckie, inne (por. tab. 1).

Tabela 1. Wykształcenie pracowników zatrudnionych w przedsiębiorstwach turystycznych
Table 1. Education of employees in tourist enterprises

Wykształcenie zatrudnionych pracowników	Ogółem		Biura podróży		Przedsiębiorstwa rekreacyjne		Przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe	
	Łączna liczba osób	%	Łączna liczba osób	%	Łączna liczba osób	%	Łączna liczba osób	%
Niepełne podstawowe	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Podstawowe	23	1,51	5	1,00	3	1,37	15	1,87
Zawodowe	215	14,13	71	14,14	5	2,28	139	17,35
Średnie ogólnokształcące	177	11,63	51	10,16	10	4,57	116	14,48
Średnie turystyczne	85	5,58	7	1,39	0	0,00	78	9,74
Średnie inne	169	11,10	92	18,33	16	7,31	61	7,62
Wyższe licencjackie turystyczne	108	7,10	29	5,78	29	13,24	50	6,24
Wyższe licencjackie inne	134	8,80	22	4,38	38	17,35	74	9,24
Wyższe magisterskie turystyczne	184	12,09	51	10,16	21	9,59	112	13,98
Wyższe magisterskie inne	254	16,69	47	9,36	90	41,10	117	14,61
Studia doktoranckie	20	1,31	0	0,00	1	0,46	19	2,37
Inne	153	10,05	127	25,30	6	2,74	20	2,50
Ogółem	1522	100,0	502	100,0	219	100,0	801	100,0

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Z przeprowadzonych badań wynika, że ogólnie w przedsiębiorstwach turystyczno-rekreacyjnych najwięcej zatrudnionych osób posiada wykształcenie wyższe magisterskie oraz licencjackie (łącznie 44,68%), w tym tylko co piąty (19,19%) pracownik posiada wykształcenie kierunkowe turystyka i rekreacja, natomiast co czwarty (25,49%) ukończył inny kierunek studiów. Pozostali pracownicy (42,44%) posiadają wykształcenie średnie, w tym: zawodowe (14,13%), średnie ogólnokształcące (11,63%), średnie inne niż turystyczne (11,10%) oraz – mające szczególne znacznie dla tych badań – średnie o profilu turystycznym (5,58%).

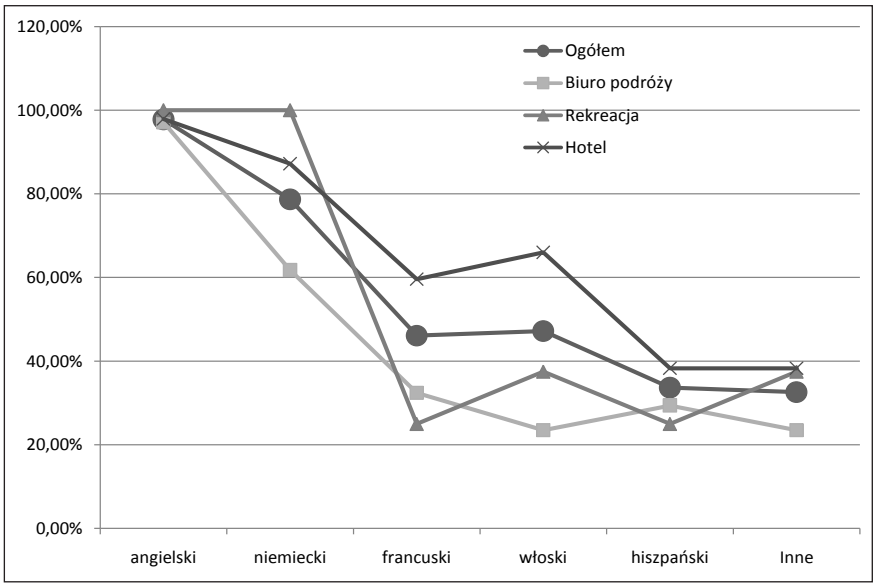
Analizując strukturę wykształcenia ze względu na rodzaj przedsiębiorstwa, można zauważyć, że:

- **w biurach podróży:** co trzeci pracownik posiada wykształcenie wyższe magisterskie lub licencjackie (29,68%). Grupa osób, która ukończyła studia kierunkowe turystyka i rekreacja (15,94%) jest nieco większa od grupy osób, która ukończyła inne studia (13,74%). Pozostali pracownicy (44,02%) prezentują: wykształcenie średnie inne niż turystyczne (18,33%), zawodowe (14,14%), średnie ogólnokształcące (10,16%), średnie turystyczne (1,39%);
- **w przedsiębiorstwach świadczących usługi noclegowe:** najwięcej (44,07%) zatrudnionych osób posiada wykształcenie wyższe (licencjat lub studia magisterskie). Co piąta osoba (20,22%) ukończyła studia kierunkowe turystyka i rekreacja, ale i tak więcej osób (23,85%) posiada wykształcenie niezwiązane z turystyką. Pozostali pracownicy (prawie połowa) posiadają wykształcenie średnie (49,19%), w tym: zawodowe (17,35%), ogólnokształcące (14,48%), turystyczne (9,74%), oraz „inne" (7,62%);
- **w przedsiębiorstwach rekreacyjnych** najwięcej osób ma wykształcenie wyższe: licencjackie i magisterskie (81,28%). Zauważalna jest jednak duża dysproporcja pomiędzy pracownikami, którzy ukończyli studia kierunkowe turystyka i rekreacja (22,83%) a osobami, które ukończyły inny kierunek studiów (58,45%), których jest dwukrotnie więcej. W porównaniu do biur podróży i hoteli znacznie mniej osób posiada wykształcenie zawodowe i średnie (14,16%), w tym: zawodowe (2,28%), ogólnokształcące (4,57%), „inne" (7,31%) i – co ciekawe – nie zanotowano osób, które posiadają wykształcenie średnie turystyczne.

Znajomość języków obcych

Międzynarodowy charakter turystyki powoduje, że bardzo ważną umiejętnością jest znajomość języków obcych. Pracodawców zapytano więc, jakimi językami obcymi władają pracownicy zatrudnieni w ich przedsiębiorstwach, proponując do wyboru następujące kategorie: angielski, niemiecki, francuski, włoski, hiszpański, inny (jaki?). Uzyskane odpowiedzi przedstawiono na rycinie 1.

Analizując uzyskane odpowiedzi, ustalono, że w zdecydowanej większości przedsiębiorstw turystyczno-rekreacyjnych pracownicy posługują się językiem angielskim (97,8%) oraz niemieckim (78,7%). Mniej firm zatrudnia pracowników ze znajomością języka francuskiego (46,1%), włoskiego (47,2%), hiszpańskiego (33,7%). Co trzeci badany pracodawca (32,6%) wybrał odpowiedź „Inne", najczęściej wskazując język rosyjski.



Ryc. 1. Znajomość języków obcych wśród pracowników turystyki

Fig. 1. Knowledge of foreign languages among employees in the tourism sector

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Analizując strukturę języków obcych, którymi posługują się pracownicy turystyki oraz rekreacji, okazuje się, że:

- w rekreacji we wszystkich przedsiębiorstwach (100%), a w biurach podróży oraz hotelarstwie w prawie wszystkich, pracownicy znają język angielski (BP – 97,1% i H – 97,9%). Zanotowano także duże odsetki osób znających język niemiecki (BP – 61,8% i H – 87,2%),
- znacznie mniej przedsiębiorstw rekreacyjnych, biur podróży oraz hoteli zatrudnia osoby, które władają językiem francuskim (25,0%; 32,4%; 59,6%), włoskim (37,5%; 23,5%; 66,0%), hiszpańskim (25,0%; 29,4%; 38,3%) oraz innymi, głównie rosyjskim (37,5%; 23,5%; 38,3%).

Można zauważyć więc, że w przedsiębiorstwach turystycznych dominuje język angielski (uznawany za język międzynarodowy) oraz niemiecki, co z punktu widzenia obsługi międzynarodowego ruchu turystycznego wydaje się być uzasadnione[1].

[1] Wniosek taki nasuwa się po lekturze Raportu UNWTO z 2014 roku [UNWTO 2014], z którego wynika, że Niemcy wydają najwięcej pieniędzy na podróże zagraniczne wśród wszystkich krajów europejskich, Stąd wynika duża potrzeba znajomości tego języka w szeroko pojętej obsłudze ruchu turystycznego.

Kursy i szkolenia

Z opinii pracodawców wynika, że im wyższe kwalifikacje oraz im więcej umiejętności posiada pracownik, tym jego przydatność do pracy jest większa. Trudno być obecnie specjalistą w jednej wąskiej dziedzinie, tak jak było to w XX wieku, gdzie dążono do coraz większej specjalizacji. Obecnie, w XXI wieku, zauważamy tendencję odwrotną. Problemy, które napotyka dzisiejszy pracownik, są interdyscyplinarne, zatem wąska specjalizacja już nie wystarcza. Dużą wartością przedsiębiorstwa są ci pracownicy, którzy posiadają specjalistyczną wiedzę w jakiejś dziedzinie, która dodatkowo uzupełniona jest ogólną wiedzą z innych obszarów, co jest szczególnie potrzebne do rozwiązywania złożonych problemów [Solak 2013]. Powyższa tendencja dotyczy także turystyki i rekreacji.

Tabela 2. Opinie na temat kursów i szkoleń koniecznych do pracy w przedsiębiorstwie turystycznym – w podziale na rodzaj działalności przedsiębiorstwa
Table 2. Opinions of courses and training sessions necessary for work in a tourist enterprise – divided according to type of enterprise

Wymagane kursy/szkolenia	Ogółem		Biura podróży		Przedsiębiorstwa rekreacyjne		Przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Obsługa klienta oraz znajomość technik sprzedaży	66	74,20	28	82,40	4	50,00	34	72,30
Obsługa programów rezerwacyjnych	65	73,00	28	82,40	1	12,50	36	76,60
Pilot wycieczek	14	15,70	14	41,20	0	0,00	0	0,00
Animator czasu wolnego	14	15,70	8	23,50	3	37,50	3	6,40
Wychowawca kolonijny	9	10,10	7	20,60	2	25,00	0	0,00
Instruktor sportów całorocznych	8	9,00	1	2,90	5	62,50	2	4,30
Rezydent	6	6,70	5	14,70	0	0,00	1	2,10
Kurs walutowy	5	5,60	0	0,00	0	0,00	5	10,60
Kurs związany z gastronomią (kucharz, barista)	4	4,50	1	2,90	0	0,00	3	6,40
Instruktor sportów letnich	3	3,40	0	0,00	1	12,50	2	4,30
Instruktor sportów zimowych	2	2,20	2	5,90	0	0,00	0	0,00
Kasjer lotniczy, bilety lotnicze	2	2,20	2	5,90	0	0,00	0	0,00
Kurs menedżerski, zarządzanie	2	2,20	0	0,00	0	0,00	2	4,30
Kurs pedagogiczny	1	1,10	0	0,00	1	12,50	0	0,00
Obsługa programów gastronomicznych	1	1,10	1	2,90	0	0,00	0	0,00
Kurs kelnerski	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	2,10
Marketing w hotelarstwie	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	2,10
Brak odpowiedzi	7	7,90	1	2,90	0	0,00	6	12,80
Podstawa	89	100,00	34	100,00	8	100,00	47	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Pracodawców zapytano więc, jakie dodatkowe kwalifikacje (oprócz wykształcenia) w postaci ukończonych kursów i szkoleń są najbardziej przydatne w turystyce (tab. 2). W odpowiedzi na tak postawione pytanie (otwarte) respondenci wymienili siedemnaście różnorodnych kursów i szkoleń, które najczęściej były związane z obsługą klienta i znajomością technik sprzedaży (74,2%) oraz kursy dotyczące obsługi programów rezerwacyjnych (73%). W wielu przedsiębiorstwach przydatny okazał się kurs pilota wycieczek (15,7%), animacji czasu wolnego (15,7%), wychowawcy kolonijnego (10,1%) lub instruktora sportu (9%). Mniej pracodawców podkreśliło przydatność kursu dla rezydentów (6,7%) i kasjerów walutowych (5,6%), związanych z gastronomią (barman, kucharz, barista), na który wskazało 4,5% badanych pracodawców.

Ze względu na rodzaj przedsiębiorstwa pracodawcy wykazują zróżnicowane zapotrzebowanie na dodatkowe kwalifikacje. Najważniejsze wyniki badań dotyczące tej problematyki przedstawiono poniżej:

- **w biurach podróży:** dla prawie wszystkich przedsiębiorców prezentujących sektor organizatorów i pośredników turystycznych najważniejsze znaczenie ma umiejętność obsługi klienta oraz znajomość technik sprzedaży (82,4%), a także umiejętność obsługi programów rezerwacyjnych (82,4%). W biurach podróży ważną kwalifikacją jest również posiadanie kursu pilota wycieczek (41,2%), kursu animatora czasu wolnego (23,5%) oraz kursu wychowawcy kolonijnego (20,6%). Nieco mniejsze zapotrzebowanie występuje na kurs rezydenta (14,7%). Pozostałe kursy mają znikome znaczenie;
- **w hotelarstwie**, podobnie jak w biurach podróży, największa grupa pracodawców zgłosiła zapotrzebowanie na kurs obsługi klienta oraz techniki sprzedaży (72,3%), a także obsługę programów rezerwacyjnych (76,6%). Co dziesiąty przedsiębiorca (10,6%) chętnie zatrudnia pracownika, który ukończył kurs walutowy. Mniej przydatny jest kurs związany z gastronomią (6,4%) oraz kurs animatora czasu wolnego (6,4%). Obserwacje rynku turystycznego wskazują jednak w przypadku tych ostatnich na tendencje wzrostowe, albowiem coraz więcej hotelarzy zatrudnia w obiekcie hotelarskim animatorów;
- **w szeroko rozumianej rekreacji:** w sektorze tym – podobnie jak w sektorze organizatorów i pośredników turystycznych oraz w hotelarstwie – najwięcej pracodawców zgłasza zapotrzebowanie na kurs z zakresu obsługi klienta oraz technik sprzedaży – 50%. Różnice dotyczą pozostałych kwalifikacji. Większość pracodawców poszukuje instruktorów sportów całorocznych (62,5%) oraz animatorów czasu wolnego (37,5%). Co czwarty chętnie zatrudnia osoby posiadające uprawnienia wychowawcy kolonijnego (25%). Więcej niż co dziesiąty (12,5)% pracodawca wskazał na osoby, które ukończyły kurs obsługi programów

rezerwacyjnych oraz instruktorów sportów letnich. Taki sam odsetek badanych wskazał na osoby, które ukończyły kurs pedagogiczny (12,5%), bardzo przydatny w organizacji imprez oraz wyjazdów turystycznych dla dzieci i młodzieży.

Umiejętność obsługi programów rezerwacyjnych

Można wskazać wiele różnych kwalifikacji przydatnych do pracy w turystyce. Jedną z nich jest umiejętność obsługi programów rezerwacyjnych, co wynika z faktu, że sprzedaż usług turystycznych w dużej mierze polega na ich wcześniejszej rezerwacji lub wręcz zakupie przez internet. Respondentów zapytano więc, jakie programy rezerwacyjne wykorzystują w swoich przedsiębiorstwach. W odpowiedzi na to pytanie (otwarte) respondenci (niestety tylko 30) wskazali w sumie na 24 różne programy rezerwacyjne.

Analizując listę tych programów, można zauważyć ich dużą różnorodność. Okazuje się, że najwięcej badanych firm wykorzystuje program MerlinX (26,7%) oraz Amadeus (20%). Nieco mniej firm korzysta z programów takich jak: BlueVendo (16,7%), Booking.com (10%), Chart (10%) oraz Iris (10%). Natomiast korzystanie z pozostałych programów przedstawiało się następująco: Sleepinginkrakow.pl (6,7%), Resa (6,7%), bardzo rzadko Bapsonling (3,3%), S4H (3,3%), Euroticket.com (3,3%), Fidelio (3,3%), Galileo (3,3%), GastroSzef (3,3%), HB (3,3%), Hool (3,3%), HW (3,3%), KRAK (3,3%), SART (3,3%), PLAZA (3,3%), Sykon (3,3%), TOM (3,3%), Travella (3,3%), WorldSpan (3,3%).

Najczęściej używanymi programami w biurach podróży jest MerlinX (40%), Amadeus (13,3%), BlueVendo (33,3%), Iris (20%), rzadziej Bapsonling (6,7%), Euroticket.com (6,7%), Galileo (6,7%), Hool (6,7%), SART (6,7%), Sykon (6,7%), TOM (6,7%), Travella (6,7%), WorldSpan (6,7%). W hotelarstwie podobnie jak w sektorze organizatorów turystyki najwięcej firm wymieniło program Amadeus (26,7%), ale także Booking.com (20%), Chart (20%), Sykon (13,3%), rzadziej Iris (6,7%), Euroticket.com (6,7%), Galileo (6,7%), Resa (6,7%), S4H (6,7%), HB (6,7%), KRAK (6,7%), PLAZA (6,7%).

Szkolenia i kursy organizowane w przedsiębiorstwach turystycznych

Najważniejszą wartością każdego przedsiębiorstwa turystycznego jest kapitał intelektualny, który posiadają zatrudnieni pracownicy. Szybkie tempo rozwoju, które obserwujemy we współczesnych czasach, powoduje,

że wiedza, którą nabywa człowiek w toku uczenia się (formalnego czy nieformalnego), szybko dezaktualizuje się. Ważną rolą pracodawcy jest więc ciągłe doskonalenie pracowników, ponieważ tylko w ten sposób firma może być konkurencyjna. Jesteśmy obecnie świadkami wdrażania idei uczenia się przez całe życie, która wpisuje się w koncepcję gospodarki opartej na wiedzy. Ciągłe podnoszenie kwalifikacji oraz kompetencji zatrudnionych pracowników wpływa na jakość świadczonych usług, konkurencyjność i innowacyjność przedsiębiorstwa. Pracodawców zapytano więc, jakie szkolenia najczęściej organizują dla zatrudnionych pracowników. Pytanie miało charakter otwarty, a wyniki prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Szkolenia organizowane przez przedsiębiorstwa turystyczne
Table 3. Training sessions organized by tourist enterprises

Szkolenia organizowane przez przedsiębiorstwa	Ogółem		Biura podróży		Przedsiębiorstwa rekreacyjne		Przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Marketingowe, sprzedażowe	20	22,50	8	23,50	2	25,00	10	21,30
Obsługa klienta	15	16,90	8	23,50	0	0,00	7	14,90
Obsługa ruchu turystycznego	15	16,90	8	23,50	0	0,00	7	14,90
Językowe, doskonalenie języka	14	15,70	2	5,90	1	12,50	11	23,40
Gastronomiczne/kelnerskie, barmańskie	12	13,50	1	2,90	0	0,00	11	23,40
Obsługa programów rezerwacyjnych	12	13,50	8	23,50	0	0,00	4	8,50
Psychologia zachowań, asertywność, komunikacja	11	12,40	2	5,90	2	25,00	7	14,90
Produktowe	6	6,70	3	8,80	1	12,50	2	4,30
Pilot wycieczek, przewodnik, wychowawca kolonijny	5	5,60	5	14,70	0	0,00	0	0,00
Study Tours	5	5,60	5	14,70	0	0,00	0	0,00
Kasjer walutowy	5	5,60	0	0,00	0	0,00	5	10,60
Pierwsza pomoc, przeciwpożarowe	4	4,50	0	0,00	0	0,00	4	8,50
Sportowe, rekreacja ruchowa	2	2,20	0	0,00	2	25,00	0	0,00
Nie organizujemy szkoleń	4	4,50	2	5,90	0	0,00	2	4,30
Brak odpowiedzi	19	21,30	5	14,70	3	37,50	11	23,40
Podstawa	89	100,00	34	100,00	8	100,00	47	100,00

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Okazuje się, że spośród 89 przedsiębiorstw, które brały udział w badaniu, tylko 4,5% twierdziło, że nie organizuje żadnych szkoleń dla pracowników. Biorąc jednak pod uwagę to, że aż 21,3% z nich nie udzieliło odpowiedzi na powyższe pytanie, można się domyślać, że firmy te także nie

organizują szkoleń. Natomiast z analizy wypowiedzi pozostałych respondentów wynika, że ogólnie najwięcej przedsiębiorstw turystyczno-rekreacyjnych organizuje kursy z zakresu: marketingu i sprzedaży (22,5%), obsługi klienta i obsługi ruchu turystycznego (16,9%). Często proponuje także kursy językowe (od podstaw lub doskonalące powyższe umiejętności) – 15,7%, kursy gastronomiczne (kelnerskie, barmańskie) – 13,5%, kursy dotyczące obsługi programów rezerwacyjnych – 13,5% oraz kurs z zakresu psychologii zachowań, asertywności, komunikacji – 12,4%. Natomiast pozostałe szkolenia (por. tab. 3) organizowane są rzadziej.

Analizując strukturę organizowanych kursów ze względu na rodzaj przedsiębiorstwa, można zauważyć, że:

- najwięcej **biur podróży** organizuje dla pracowników szkolenia z zakresu marketingu i sprzedaży (23,5%), obsługi klienta (23,5%), obsługi programów rezerwacyjnych (23,5%), a także kursy pilota wycieczek, przewodnika, wychowawcy kolonijnego (14,7%), study tours (14,7%);
- najwięcej **przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe**, podobnie jak organizatorzy turystyki, organizuje kursy marketingowe i sprzedażowe (21,3%), ale oprócz tego także kursy gastronomiczne/kelnerskie, barmańskie (23,4%), językowe (23,4%), z zakresu obsługa klienta (14,9%), psychologii zachowań, asertywności, komunikacji (14,9%). W niektórych przedsiębiorstwach organizowane są kursy kasjera walutowego (10,6%) oraz kursy dotyczące obsługi programów rezerwacyjnych (8,5%);
- najwięcej **przedsiębiorstw rekreacyjnych** – podobnie jak miało to miejsce w przypadku biur podróży i przedsiębiorstw hotelarskich – organizuje dla pracowników kursy marketingowe i sprzedażowe (25%). W odróżnieniu od pozostałych przedsiębiorstw w rekreacji organizuje się najwięcej kursów z zakresu psychologii zachowań, asertywności, komunikacji (25%), najwięcej kursów instruktorskich (sportowych) (25%). Więcej niż co dziesiąta firma organizuje kursy językowe (12,5%) oraz kursy dotyczące tworzenia produktu turystycznego/rekreacyjnego (12,5%).

Opinie pracodawców na temat kompetencji absolwentów szkół wyższych

Szczególną grupą, starającą się o pracę w turystyce i rekreacji, są absolwenci szkół wyższych. Jak wynika ze struktury wykształcenia (patrz tab. 1), w branży turystycznej pracują zarówno osoby, które ukończyły studia kierunkowe, jak też osoby, które ukończyły inne kierunki studiów.

Respondentów poproszono, aby ocenili w skali 1–5 (gdzie: 1 = bardzo niski poziom, 2 = niski poziom, 3 = średni poziom, 4 = wysoki poziom, 5 = bardzo wysoki poziom) następujące kategorie kompetencji pracowniczych: posługiwanie się językami obcymi, znajomość obsługi programów komputerowych, korzystanie z różnych środków informacji, komunikowanie się za pomocą internetu, wiedzę branżową (turystyczną, sektorową), wiedzę z zakresu marketingu/zarządzania oraz doświadczenie zawodowe Poproszono ich także o określenie poziomu zapotrzebowania na powyższe kompetencje we własnym przedsiębiorstwie. Z otrzymanych ocen wyliczono średnią, a następnie ustalono różnicę pomiędzy oceną kompetencji prezentowanych przez absolwentów a poziomem zapotrzebowania na poszczególne kompetencje w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych. Dane na ten temat prezentuje tabela 4.

Analizując średnie ocen, można zauważyć pewne luki pomiędzy opiniami pracodawców na temat znaczenia poszczególnych kompetencji posiadanych przez absolwentów a zapotrzebowaniem na wybrane kompetencje w ich przedsiębiorstwach. W opinii pracodawców największe braki absolwentów dotyczą wiedzy z zakresu marketingu i zarządzania (-1,05), krytycznie oceniono także ich doświadczenie zawodowe (-1,02) oraz poziom wiedzy branżowej (-0,86). Podkreślono także znaczne braki w posługiwaniu się językami obcymi (-0,74). Mniej krytycznie oceniono u absolwentów znajomość obsługi programów komputerowych (-0,53) oraz umiejętność korzystania z różnych środków informacji (-0,34). Pracodawcy krytycznie ocenili także komunikowanie się za pomocą internetu (-0,27), chociaż jak się wydaje, w tym przypadku luka w ogóle nie powinna wystąpić, gdyż nauka obsługi komputera realizowana jest już na pierwszym poziomie edukacji.

Wykaz kompetencji zaproponowany do oceny pracodawcom (tab. 4) okazał się niewystarczający. Respondenci uzupełnili go dodatkowo własnymi spostrzeżeniami wynikającymi z codziennej praktyki (tab. 5). Jak można zauważyć, poziom zapotrzebowania na niektóre kompetencje jest bardzo wysoki, natomiast ocena tych kompetencji u absolwentów jest bardzo niska. Największe braki, jakie u absolwentów zauważają pracodawcy, dotyczą nieznajomości obsługi systemów rezerwacyjnych (-4), słabej wiedzy geograficznej (-2,17) oraz przepisów prawnych (-2). Wskazano także na: słabe radzenie sobie z prowadzeniem dokumentacji (-2), braki z zakresu wiedzy public relations (-2), słabe przygotowanie do wystąpień publicznych (-2) oraz brak zdolności kulinarnych w gastronomii hotelowej (-2). Mniej krytycznie oceniono wiedzę i umiejętności z zakresu obsługi klienta (-1,25) oraz znajomość technik sprzedaży (-0,5).

Tabela 4. Ocena kompetencji absolwentów oraz zapotrzebowanie w przedsiębiorstwie turystycznym
Table 4. Evaluation of competences of graduates and demand in a tourist enterprise

Kategorie kompetencji	Średnie ocen		
	Ocena absolwentów	Poziom zapotrzebowania w przedsiębiorstwie	Różnica (luka)
Posługiwanie się językami obcymi	3,91	4,65	-0,74
Znajomość obsługi programów komputerowych	3,8	4,33	-0,53
Korzystanie z różnych środków informacji	3,98	4,32	-0,34
Komunikowanie się za pomocą internetu	4,01	4,28	-0,27
Wiedza branżowa (z zakresu turystyki, rekreacji)	3,62	4,48	-0,86
Wiedza z zakresu marketing/zarządzanie	3,06	4,11	-1,05
Doświadczenie zawodowe	2,99	4,01	-1,02

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Tabela 5. Inne kompetencje przydatne w pracy w turystyce – zgłoszone przez pracodawców
Table 5. Other competences useful for work in the tourism industry – notified by employers

Kompetencje zgłoszone przez pracodawców	Oceny		Różnica (luka)
	Ocena absolwentów	Ocena poziomu zapotrzebowania na kompetencje	
Wiedza/umiejętność z zakresu obsługi klienta	3,75	5	-1,25
Znajomość technik sprzedażowych	3	3,5	-0,5
Wiedza geograficzna	2,5	4,67	-2,17
Dyspozycyjność	3,5	4,5	-1
Sprawność fizyczna	4	3	1
Znajomość systemów rezerwacyjnych	1	5	-4
Przygotowanie do wystąpień publicznych	2	4	-2
Logiczne, analityczne myślenie	3	4	-1
Zdolności kulinarne	3	5	-2
Wiedza PR	3	5	-2
Wiedza z zakresu przepisów	2	4	-2
Umiejętność prowadzenia dokumentacji	2	4	-2

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Oprócz wyżej wymienionych kompetencji pracodawcy zwrócili jeszcze uwagę na to, że ważnymi cechami potrzebnymi do pracy jest logiczne i analityczne myślenie (-1) oraz dyspozycyjność (-1), w odniesieniu do której braki okazały się nieco mniejsze niż opisane powyżej. Pozytywnie oceniono jedynie sprawność fizyczną (1) absolwentów, co zapewne wynika z ich młodego wieku bądź charakteru pracy (np. siłownia, fitness).

Ocena absolwentów kierunków turystycznych na tle innych zatrudnionych osób

Dla uczelni wyższych, kształcących przyszłe kadry turystyki, interesującym zagadnieniem jest ustalenie opinii pracodawców na temat kwalifikacji absolwentów kierunków turystycznych na tle innych zatrudnionych osób. Ich wypowiedzi na ten temat (uzyskane w pytaniu otwartym) prezentuje tabela 6.

Tabela 6. Ocena absolwentów kierunków turystycznych na tle innych zatrudnianych osób
Table 6. Evaluation of graduates of tourism studies compared to other employees

Ocena absolwentów	Ogółem		Biura podróży		Przedsiębiorstwa rekreacyjne		Przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Porównywalnie, bez różnic	17	19,10	5	14,70	1	12,50	11	23,40
Są lepiej przygotowani do pracy w zawodzie	25	28,10	11	32,40	2	25,00	12	25,50
Posiadają wiedzę teoretyczną, wiedzę na tematy turystyczne	15	16,90	6	17,60	0	0,00	9	19,10
Mają lepszy kontakt z klientem	3	3,40	1	2,90	0	0,00	2	4,30
Mają większe doświadczenie	3	3,40	3	8,80	0	0,00	0	0,00
Lepiej znają języki obce	1	1,10	1	2,90	0	0,00	0	0,00
Mają lepsze zdolności organizacyjne	1	1,10	1	2,90	0	0,00	0	0,00
Są otwarci na ludzi, otwarci na zmiany	4	4,50	1	2,90	1	12,50	2	4,30
Są odpowiedzialni	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	2,10
Są zaangażowani	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	2,10
Brak im doświadczenia, praktyki zawodowej	13	14,60	6	17,60	0	0,00	7	14,90
Nie wiem, brak odpowiedzi	28	31,50	10	29,40	4	50,00	14	29,80
Podstawa	**89**	**100,00**	**34**	**100,00**	**8**	**100,00**	**47**	**100,00**

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Jak można zauważyć, najwięcej badanych osób stwierdziło, że absolwenci turystyki i rekreacji są lepiej przygotowani do pracy w zawodzie (28,1%) oraz posiadają większą wiedzę teoretyczną na tematy turystyczne (16,9%). Prawie co piąty respondent nie zauważył jednak żadnej różnicy (19,1%), a więcej niż co dziesiąty uznał, że brakuje im doświadczenia i praktyki zawodowej (14,6%).

Analizując powyższe wypowiedzi w podziale na rodzaj przedsiębiorstwa, można zauważyć, że przedstawiciele biur podróży, hoteli oraz przedsiębiorstw

rekreacyjnych uznali, że absolwenci studiów turystycznych wyróżniają się na tle innych absolwentów, ponieważ:

- są lepiej przygotowani do pracy w zawodzie (BP – 32,4%; H – 25,5%; R – 25%)[2],
- posiadają wiedzę teoretyczną na tematy turystyczne (BP – 17,6%; H – 19,1%),
- są bardziej otwarci na ludzi oraz na zmiany, ale głównie w rekreacji (12,5%),
- mają większe doświadczenie niż absolwenci po uczelniach nieturystycznych, ale dotyczy to tylko niewielkiej liczby biur podróży (8,8%).

Dość znaczna grupa respondentów zgadza się, że nie ma różnicy (BP – 14,7%; H – 23,4%; R – 12,50%) pomiędzy absolwentami kierunków turystycznych i nieturystycznych oraz że generalnie absolwentom brakuje doświadczenia i praktyki zawodowej (BP – 17,6%; H – 14,90%; R – 0%), co szczególnie zauważalne jest w biurach podróży i hotelarstwie. Warto jednak zauważyć, że co trzeci pracodawca prezentujący organizatorów i pośredników turystycznych (29,4%) oraz przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe (29,3%), a także połowa respondentów prezentujących rekreację (50%) nie potrafiła wyrazić opinii na ten temat.

Z punktu widzenia kształcenia na kierunkach turystycznych ważnym problemem było ustalenie, jakie braki zauważają pracodawcy u zatrudnionych absolwentów (por. tab. 7). Z analizy odpowiedzi na pytanie otwarte ustalono, że największym problemem absolwentów kierunków turystycznych jest brak doświadczenia i wiedzy praktycznej (38,2%). Znacznie mniejszy odsetek badanych wskazał na brak lub niedostatek znajomości systemów rezerwacyjnych i programów kasowych (15,7%), słabą znajomość języka obcego oraz brak znajomości drugiego języka (14,6%), brak umiejętności obsługi klienta i technik sprzedaży (10,1%). Jednocześnie co trzeci respondent (28,1%) nie odpowiedział na to pytanie.

Analizując zgłoszone braki i mankamenty u absolwentów kierunku turystyka i rekreacja ze względu na rodzaj firmy, można zauważyć, że największym problemem, który zauważyli respondenci we wszystkich badanych przedsiębiorstwach – biurach podróży (20,6%), hotelach (53,2%), rekreacji (25%) – był brak doświadczenia i wiedzy praktycznej. Największy problem w tym zakresie zgłosili hotelarze.

---

[2] BP – Biura podróży, H – przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, R – przedsiębiorstwa rekreacyjne.

Tabela 7. Braki, które wykazują absolwenci szkół wyższych po kierunkach turystycznych – w podziale na rodzaj działalności przedsiębiorstwa
Table 7. Deficiencies manifested by university graduates majoring in tourism – divided according to type of operation

Braki absolwentów kierunków turystycznych	Ogółem		Biura podróży		Przedsiębiorstwa rekreacyjne		Przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Brak doświadczenia, wiedzy praktycznej	34	38,20	7	20,60	2	25,00	25	53,20
Brak znajomości geografii	7	7,90	7	20,60	0	0,00	0	0,00
Słaba znajomość języka obcego, brak znajomości drugiego języka	13	14,60	1	2,90	1	12,50	11	23,40
Nieznajomość systemów rezerwacyjnych, programów kasowych	14	15,70	10	29,40	1	12,50	3	6,40
Brak umiejętności interpersonalnych	2	2,20	1	2,90	0	0,00	1	2,10
Nieumiejętność obsługi klienta, nieznajomość technik obsługi	9	10,10	7	20,60	0	0,00	2	4,30
Nieumiejętność radzenia sobie w sytuacjach stresowych, trudnych	5	5,60	4	11,80	0	0,00	1	2,10
Słaba wiedza z zakresu marketingu, zarządzania	4	4,50	1	2,90	0	0,00	3	6,40
Brak chęci samodoskonalenia, rozwoju	3	3,40	0	0,00	0	0,00	3	6,40
Brak samodzielności, zaradności	5	5,60	3	8,80	0	0,00	2	4,30
Brak umiejętności dostosowania się do zmian	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	2,10
Brak odpowiedzi	25	28,10	10	29,40	5	62,50	10	21,30
Podstawa	**89**	**100,00**	**34**	**100,00**	**8**	**100,00**	**47**	**100,00**

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Ponadto **w biurach podróży** zauważono, że zauważalnymi brakami, które wykazują absolwenci, są:

- nieznajomość systemów rezerwacyjnych oraz programów kasowych (29,4%),
- nieumiejętność obsługi klienta oraz nieznajomość technik sprzedaży (20,6%),
- brak znajomości geografii (20,6%),
- nieumiejętność radzenia sobie w sytuacjach stresowych oraz trudnych (11,8%),
- brak samodzielności, zaradności (8,8%).

Z kolei **w przedsiębiorstwach świadczących usługi noclegowe** dodatkowo problemem okazała się słaba znajomość języka obcego oraz brak znajomości drugiego języka (23,4%). Natomiast **w przedsiębiorstwach**

świadczących usługi rekreacyjne wskazano: nieznajomość systemów rezerwacyjnych, programów kasowych (12,5%), słaba znajomość języka obcego, brak znajomości drugiego języka (12,5%). Niestety, co trzeci respondent prezentujący biuro podróży (29,4%) oraz co piąte przedsiębiorstwo świadczące usługi noclegowe (21,3%), a także większość respondentów prezentujących rekreację nie potrafił wyrazić swojej opinii na badany temat.

Pracodawców zapytano także o zalecenia dla uczelni wyższych kształcących młodzież na kierunkach turystycznych, aby lepiej przygotować absolwentów do pracy w turystyce i rekreacji (tab. 8). Próbując nie ograniczać możliwości wypowiedzi, respondentom postawiono pytanie otwarte. Uzyskane odpowiedzi, odpowiadające oczekiwaniom pracodawców oraz stanowiące swoiste zalecenia dla jednostek edukacyjnych (głównie szkół wyższych), przedstawiono w tabeli 8.

Tabela 8. Zalecenia dla uczelni kształcących kadry turystyczne – w podziale na rodzaj działalności przedsiębiorstwa
Table 8. Recommendations for universities teaching tourist industry personnel – divided according to type of operation

Zalecenia dla uczelni kształcących kadry turystyczne	Ogółem		Biura podróży		Przedsiębiorstwa rekreacyjne		Przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Większy nacisk na praktyki, wiedzę praktyczną	35	39,30	12	35,30	2	25,00	21	44,70
Nacisk na wiedzę z zakresu geografii i historii państw	4	4,50	4	11,80	0	0,00	0	0,00
Nacisk na naukę języków obcych	13	14,60	3	8,80	1	12,50	9	19,10
Nauka obsługi programów rezerwacyjnych	11	12,40	7	20,60	1	12,50	3	6,40
Nacisk na kreatywność i samodzielność u studentów	2	2,20	1	2,90	0	0,00	1	2,10
Wiedza z zakresu obsługi klienta	5	5,60	2	5,90	1	12,50	2	4,30
Potrzeba samodoskonalenia, podnoszenia kwalifikacji	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	2,10
Więcej przygotowania rynkowego, marketingowego	6	6,70	3	8,80	1	12,50	2	4,30
Brak odpowiedzi	32	36,00	11	32,40	4	50,00	17	36,20
Podstawa	**89**	**100,00**	**34**	**100,00**	**8**	**100,00**	**47**	**100,00**

Źródło/Source: Opracowanie własne/own elaboration.

Ważnym obszarem kształcenia na uczelniach wyższych są także kompetencje społeczne [Smółka 2008]. One również były przedmiotem przedstawionych w tym artykule badań. Ocenie poddano takie cechy, jak: inicjatywa,

kreatywność, kultura osobista i zawodowa, odpowiedzialność, optymizm, orientacja na zmianę, podejmowanie decyzji, radzenie sobie z nietypowymi zadaniami, samodoskonalenie, zdolność do rozwoju, samodyscyplina, samodzielność, uczciwość, lojalność, umiejętności komunikacyjne, umiejętność nawiązywania relacji, empatia, umiejętność rozwiązywania problemów, umiejętność współpracy, zaangażowanie, zdolności organizacyjne. Metodologia ich badania oraz uzyskane wyniki zostały dokładnie opisane w artykule *Social competence of student youth as value at the tourist labour market* [Alejziak, Wilkońska 2014, s. 11–23], dlatego – odsyłając do niej zainteresowanych Czytelników – w niniejszej pracy ograniczymy się jedynie do stwierdzenia, że pracodawcy zgłosili wysokie, a nawet bardzo wysokie zapotrzebowanie na kompetencje społeczne w przedsiębiorstwach turystycznych, natomiast dość krytycznie ocenili posiadany stan kompetencji społecznych u absolwentów, zgłaszając braki we wszystkich analizowanych cechach i umiejętnościach.

Wnioski

Analizy „Bilansu Kapitału Ludzkiego" z 2011 r. [http://bkl.parp.gov.pl (28.09.2014)] pokazują, że oczekiwane przez pracodawców kompetencje raczej nie zmieniają się na przestrzeni lat. Niezależnie od rodzaju zajmowanego stanowiska niezmiennie liczą się kompetencje interpersonalne oraz samoorganizacyjne. Ponadto ważna jest umiejętność „przekwalifikowania się" i mobilność zawodowa, znajomość języków obcych, umiejętność funkcjonowania w środowisku międzynarodowym, znajomość technologii informatycznych, praca w zespole, kreatywność i przedsiębiorczość, komunikacja interpersonalna, autoprezentacja, wykorzystanie technologii mobilnych [Kocór, Strzebońska 2011; Solak 2013]. Natomiast w kontekście przyszłości A. Davies, D. Fidler i M. Gorbis [2011] zidentyfikowali dziesięć kompetencji potrzebnych pracownikom, aby odnaleźć się na rynku pracy. Są to: zdolność do wyciągania głębszego znaczenia, inteligencja społeczna (możliwość komunikacji z innymi na poziomie emocjonalnym), myślenie narracyjne i zdolność do adaptacji (zdolność do myślenia i dochodzenia do rozwiązań, które nie podlegają ścisłym, określonym regułom), kompetencje multikulturowe (zdolność do działania w różnych środowiskach), myślenie analityczne (zdolność dołączenia wielkich ilości danych w abstrakcyjne koncepcje oraz rozumienie dowodów bazujących na danych), biegłość w obsłudze nowych mediów, transdyscyplinarność (zdolność do rozumienia konceptów obejmujących różne dyscypliny), nastawienie projektowe, zarządzanie poznaniem (umiejętność filtrowania informacji), współpraca wirtualna

(umiejętność działania, zaangażowania się w pracę jako członek wirtualnego zespołu). Większość wymienionych kompetencji wpisuje się także w turystyczny rynek pracy.

Na podstawie przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski.

1. Struktura wykształcenia w badanych przedsiębiorstwach turystycznych wykazuje dość znaczne zróżnicowanie: najwięcej pracowników posiadających wykształcenie wyższe – licencjackie oraz magisterskie (81,28%) – pracuje w przedsiębiorstwach rekreacyjnych, prawie połowę mniej w przedsiębiorstwach świadczących usługi noclegowe (44,07%), w biurach podróży jest to co trzecia osoba (29,68%). Pozostali pracownicy posiadają wykształcenie niższe (średnie, bardzo rzadko podstawowe). Analizując kierunek ukończonych studiów, można zauważyć, że w biurach podróży i hotelach pracuje nieco więcej osób, które ukończyły inny kierunek studiów niż turystyka i rekreacja, w przedsiębiorstwach rekreacyjnych jest to zdecydowana większość pracowników.
2. W większości badanych przedsiębiorstw pracownicy posługują się językiem angielskim oraz niemieckim. Znacznie mniej przedsiębiorstw zatrudnia osoby, które władają językiem francuskim, włoskim, hiszpańskim oraz innym językiem, głównie rosyjskim.
3. Z opinii badanych pracodawców wynika, że we wszystkich przedsiębiorstwach turystyczno-rekreacyjnych najbardziej przydatny jest kurs dotyczący obsługi klienta oraz technik sprzedaży, a także kurs związany z obsługą programów rezerwacyjnych. W biurach podróży dodatkowo jeszcze kurs: pilota wycieczek, animatora czasu wolnego oraz wychowawcy kolonijnego, natomiast w rekreacji: kurs instruktora sportów całorocznych oraz kurs animatora czasu wolnego.
4. Najczęściej używanymi programami rezerwacyjnymi w biurach podróży i hotelach jest Amadeus. Biura podróży bardzo często korzystają jeszcze z programu MerlinX, BlueVendo, Iris, a przedsiębiorstwa hotelarskie także z Booking.com, Chart, Sykon.
5. Szkolenia, które organizują dla pracowników przedsiębiorstwa turystyczne, są dość zróżnicowane. Tak więc najczęściej:
   - w biurach podróży są to szkolenia: z zakresu marketingu i sprzedaży, obsługi klienta, obsługi programów rezerwacyjnych, a także kursy pilota wycieczek, przewodnika, wychowawcy kolonijnego, study tours;
   - w hotelarstwie: kursy marketingowe i sprzedażowe, kursy gastronomiczne/kelnerskie, barmańskie, językowe, z zakresu obsługi klienta, psychologii zachowań, asertywności, komunikacji;

– w rekreacji: kursy marketingowe i sprzedażowe, z zakresu psychologii zachowań, asertywności, komunikacji oraz kursy instruktorskie w określonej dziedzinie sportu.

6. Zalecenia, jakie sformułowali pracodawcy dla uczelni kształcących przyszłe kadry turystyczne, dotyczą przede wszystkim zwiększenia nacisku na wiedzę praktyczną (biura podróży, hotele, rekreacja), wiedzę z zakresu geografii i historii państw (biura podróży), naukę języków obcych (rekreacja, hotel, mniej biura podróży), naukę obsługi programów rezerwacyjnych (biura podróży), wiedzę z zakresu obsługi klienta (głównie rekreacja), przygotowanie rynkowe, marketingowe (głównie rekreacja, mniej biura podróży, najmniej hotele), kształtowanie potrzeby samodoskonalenia, podnoszenia kwalifikacji, kreatywności i samodzielności.
7. Pomimo powyższych uwag pracodawcy prezentujący biura podróży, hotelarstwo i rekreację uznali, iż absolwenci kierunku turystyka i rekreacja są lepiej przygotowani do pracy w zawodzie niż absolwenci kierunków niezwiązanych z turystyką, bowiem posiadają znacznie szerszą wiedzę teoretyczną na tematy turystyczne. Brakuje im jednak doświadczenia zawodowego, podobnie zresztą jak absolwentom innych wyższych uczelni.

Podsumowując powyższe rozważania, warto dodać, że w gospodarce opartej na wiedzy dla młodego człowieka mniejsze znaczenie ma kierunek ukończonych studiów wyższych. Ważniejsze staje się wypracowanie u niego odpowiednich kompetencji pozwalających funkcjonować w zróżnicowanym kulturowo środowisku pracy i szybko zmieniającym się makro- i mikrootoczeniu. Obecnie kluczowe znaczenie ma kształtowanie umiejętności uczenia się przez całe życie, samodoskonalenie, samoorganizacja, ciągłe uzupełnianie kwalifikacji. Aby dobrze funkcjonować na turystycznym rynku pracy, potrzebne są obecnie „multikwalifikacje" wpisujące się w transdyscyplinarność oraz pozwalające pracownikom łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz kompetencje multikulturowe, które są szczególnie istotne w międzynarodowych – niejako już ze swej natury – przedsiębiorstwach turystycznych.

Bibliografia

Alejziak B. (2005), *Analiza ofert pracy oraz poszukiwanych kwalifikacji w sektorze usług turystycznych*, [w:] „Folia Turistica", nr 16, AWF Kraków.

Alejziak B. (2007), *Monitoring potrzeb na rynku pracy w usługach turystycznych i okołoturystycznych*, zlecenie Biura ds. Turystyki Urzędu Miasta

Krakowa, opracowanie opublikowane i dostępne na stronie internetowej: www.bip.krakow.pl/zalacznik.php?zal_id=16964 (30.09.2014).

Alejziak B., Wilkońska A. (2014), *Social competence of student youth as value at the tourist labour market*, Silesian University in Opava Faculty of Philosophy and Science in Opava; Secondary School of Hospitality Industry and Services The Higher Professional School, Karviná, Czech Republic, s. 11–23.

Borne-Falencik H. (1998), *Losy zawodowe absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych w latach 1991–199*3, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica", nr 8, AWF Kraków, s. 17–38.

Borne-Januła H. (2002), *Stan bezrobocia w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych*, [w:] „Problemy Turystyczne", Vol. 25, nr 1–2, s. 119–127.

Burzyński T. (2010), *Prognozy rozwoju oraz oddziaływania turystyki na rynek pracy oraz modernizację przedsiębiorstw w województwie śląskim*, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków.

Chmielnicka E., red. (2009), *Od Europejskich do Krajowych Ram Kwalifikacji*, Wydawca Fundacja „Fundusz Współpracy", Warszawa. Online: www.cofund.org.pl (21.03.2014).

Davies A., Fidler D., Gorbis M. (2011), *Future Work Skills 2020*. Available at: http://cdn.theatlantic.com/static/front/docs/sponsored/phoenix/future_work_skills_2020.pdf (Accessed: 21 January 2013) (28.09.2014).

Gołembski G. (1997), *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*, Wyd. Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań, s. 56.

Iwankiewicz-Rak B., Panasiuk A., Rogoziński K. (2012), *Usługi w Polsce 2012. Teoria usług – Funkcjonowanie sektora Usługowego – Kształcenie w usługach*, [w:] „Zeszyty Naukowe", nr 722, „Ekonomiczne Problemy Usług", nr 96, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 255–389.

Kadry w Turystyce. Centralny Program Badań Podstawowych 08.06. Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego, Grupa tematyczna VI. Tom III, Instytut Turystyki w Warszawie, Akademia Wychowania Fizycznego, Katedra Przestrzennych Podstaw Turystyki, kierownik Programu prof. dr K. Przecławski, doc. dr T. Jarowiecka, redakcja tomu Z. Kruczek.

Kocór M., Strzebońska A. (2011), *Jakich pracowników potrzebują polscy pracodawcy? Raport z badań pracodawców i ofert pracy realizowanych w 2010 r. w ramach projektu „Bilans Kapitału Ludzkiego"*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, http://bkl.parp.gov.pl/system/files/Downloads/20110616070806/Jakich_pracownikow_potrzebuja_polscy_pracodawcy.pdf?1308200910.

Kruczek Z., red. (1998), *Kształcenie dla potrzeb turystyki w regionie małopolskim*, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica", nr 8, AWF Kraków, s. 5–16.

Kruczek Z. (2003), *Losy zawodowe magistrów turystyki – absolwentów AWF w Krakowie*, [w:] „Folia Turistica", nr 14, AWF Kraków, s. 43–56.

Lisiecki T. (2003), *Absolwenci uczelni wychowania fizycznego o swoim zatrudnieniu w pierwszych miesiącach po ukończeniu studiów*, [w:] „Kultura Fizyczna", nr 7–8, s. 20–23.

MSiT (2008), *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów 26 września 2008 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, wrzesień 2008 r.

MNiSW (2014), Zestawienie definicji KRK – MNiSW, http://www.nauka.gov.pl/finansowanie/fundusze europejskie/program operacyjny (28.02.2014).

Nowakowska A., red. (2001), *Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji* (materiały pokonferencyjne): 25 lat kierunku Turystyka i Rekreacja 18–19 września 2000, [w:] „Zeszyty Naukowe AWF Kraków", nr 81, Kształcenie zawodowe, s. 221–227.

Okoń W. (2004), *Nowy słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa, s. 185 i 211.

Panasiuk A. (2011), *Ekonomika turystyki i rekreacji*, PWN, Warszawa, s. 373–375.

Rapacz A., red. (2007), *Przedsiębiorstwo turystyczne*, Difin, Warszawa, s. 23–24.

Różycki P. (1998), *Analiza czynników determinujących efekty kształcenia studentów AWF na kierunku turystyka*, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica", nr 8, AWF Kraków, s. 39–47.

Smółka P. (2008), *Kompetencje społeczne. Metody pomiaru i doskonalenia umiejętności interpersonalnych*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Kraków.

Solak A. (2013), *Oczekiwania kompetencyjne pracodawców wobec pracowników*, http://www.rynekpracy.pl/artykul.php/wpis.732 (30.09.2014).

Stachowiak B. (2009), *Kompetencje kluczowe studentów w kontekście oczekiwań społeczeństwa informacyjnego*, [w:] Szerląg A., red., *Kompetencje absolwentów szkół wyższych na miarę czasów. Wybrane ujęcia*, Oficyna Wydawnicza ATUT.

UNWTO Annual Report 2013, s. 13, http://www2.unwto.org/annual-reports (30.06.2014).

Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z 2 lipca 2004 roku (t. jedn. Dz.U. z 2013 r., poz. 672).

Ustawa o usługach turystycznych z 1997 roku (Dz.U. z 1997 r., nr 133, poz. 884 oraz Dz.U. z 2014 r., poz. 196, 822), http://prawoturystyczne.pl/ustawa-o-uslugach-turystycznych-nowelizacja (14.10.2014).

Wartecka-Ważyńska A. (2014), *Kompetencje zawodowe absolwentów na kierunku turystyka i rekreacja Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu na rynku pracy*, [w:] „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego" 2014 (805), „Ekonomiczne Problemy Turystyki" nr 1 (25), s. 231–248.

Wodejko S. (1998), *Kształcenie kadr dla potrzeb turystyki w Polsce na poziomie akademickim*, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica", nr 8, AWF Kraków, s. 81–87.

Zarzecki M., Borne-Januła H., Jaroszek K., Puchalska K., Piotrowska P., Noiszewski Ł. (2010), *Losy absolwentów szkół i uczelni kształcących kadry dla turystyki*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.

Ziółkowski R. (2013), *Analiza potrzeb zatrudnienia w sektorze turystycznym w regionie Polski północno-wschodniej*, [w:] „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego" nr 785, „Ekonomiczne Problemy Turystyki", nr 4 (24).

Netografia

http://eduentuzjasci.pl/images/stories/badania/rose2012/RoSE-2012-R5-krk-szkolnictwo-wyzsze.pdf (28.02.2014).

http://www.ibe.edu.pl/pl/component/itpgoogle search/search?q=krajowe+ramy+kwalifikacji (28.02.2014).

http://www.nauka.gov.pl/krajowe-ramy-kwalifikacji-dla-szkolnictwa-wyzszego (28.02.2014).

http://www.nauka.gov.pl/krajowe-ramy-kwalifikacji-szkolnictwo (28.02.2014).

QUALIFICATIONS AND COMPETENCIES OF TOURISM EMPLOYEES. AN ATTEMPT TO DIAGNOSE THE TOURIST LABOUR MARKET

Abstract

Purpose. Human capital is the most important value of a modern tourist enterprise; its competitiveness and innovation depend on it. The objective of this article is to present studies diagnosing the level of competences and qualifications of personnel employed in tourism and recreation.

Method. In order to diagnose the above objectives, a method of diagnostic poll was applied; the questionnaire technique was used, in which the research tool was the questionnaire form.

Findings. Thanks to the conducted studies, the current level of qualifications of employees in tourism and recreation industries was determined with respect to education, knowledge of foreign languages, familiarity with booking programmes, completed courses and training sessions. What is more, the opinions of employers were also investigated with respect to competences of graduates majoring in tourism, and remarks addressed to universities teaching young people in the field of 'Tourism and Recreation' were analysed.

Research and conclusion limitations. Pilot studies conducted in 89 enterprises from selected sectors of tourism such as: travel agencies, enterprises offering accommodation services, and recreation companies.

Practical implications. Conclusions resulting from the studies may be used for modification of teaching curricula for tourism-related faculties.

Originality. Diagnosis of current qualifications in the tourist labour market.

Type of paper. An article presenting results of empirical studies.

Key words: qualifications, competences, labour market, tourism, recreation.