

RAPORT I

KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH A POTRZEBY RYNKU PRACY - perspektywa branży turystycznej



Lider:



Partnerzy:



SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
1. ZAŁOŻENIA PROJEKTU BADAWCZEGO	5
1.1. CEL PROJEKTU	5
1.2. UZASADNIENIE PODJĘCIA BADAŃ	6
1.3. UWARUNKOWANIA ROZWOJU KADR TURYSTYCZNYCH	7
1.3.1. ZNACZENIE KAPITAŁU LUDZKIEGO DLA ROZWOJU TURYSTYKI	7
1.3.2. MIĘDZYNARODOWE I KRAJOWE UWARUNKOWANIA ROZWOJU KADR TURYSTYCZNYCH	9
1.3.3. ROLA INSTYTUCJI PUBLICZNYCH W KSZTAŁCENIU KADR TURYSTYCZNYCH	11
1.3.4. KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH W DOKUMENTACH STRATEGICZNYCH WOJEWÓDZTW	13
2. METODYKA BADAŃ	17
2.1. CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU BADAWCZEGO	17
2.2. ZASTOSOWANE NARZĘDZIA BADAWCZE	18
2.3. PYTANIA BADAWCZE	18
2.4. HIPOTEZY BADAWCZE	18
2.5. ORGANIZACJA I PRZEBIEG BADAŃ	19
3. TŁO TEORETYCZNE I INSTYTUCJONALNE	20
4. WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH	21
4.1. ANALIZA ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW	21
5. WERYFIKACJA PYTAŃ I HIPOTEZ BADAWCZYCH	37
6. WNIOSKI I REKOMENDACJE	39
6.1. NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI	39
6.2. REKOMENDACJE DLA BRANŻY TURYSTYCZNEJ	41
SPIS TABEL	43
SPIS WYKRESÓW	44

WSTĘP

Turystyka należy do sektorów gospodarki, których rozwój w coraz większym stopniu uzależniony jest od jakości kapitału ludzkiego oraz stopnia przygotowania pracowników do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu społeczno-gospodarczym. Postępująca cyfryzacja, rozwój nowych form podróżowania, wzrost znaczenia turystyki zrównoważonej oraz zmieniające się oczekiwania i preferencje turystów sprawiają, że przedsiębiorstwa działające w branży turystycznej poszukują pracowników dysponujących nie tylko wiedzą specjalistyczną, lecz także rozwiniętymi kompetencjami społecznymi, językowymi i cyfrowymi.

Współczesny rynek usług turystycznych charakteryzuje się dużą dynamiką zmian oraz rosnącą konkurencją. Szczęólnego znaczenia nabiera zatem skuteczne przygotowanie przyszłych kadr, zdolnych do świadczenia usług na wysokim poziomie, wykorzystywania nowoczesnych technologii oraz szybkiego reagowania na zmieniające się potrzeby klientów. W tym kontekście coraz większą rolę odgrywa współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami turystycznymi, szkołami i uczelniami o profilu turystycznym, której celem powinno być dostosowanie programów kształcenia do aktualnych i przyszłych potrzeb rynku pracy.

Mimo funkcjonowania rozbudowanego systemu edukacji turystycznej, przedstawiciele branży od lat zwracają uwagę na występowanie luki kompetencyjnej pomiędzy kwalifikacjami absolwentów a oczekiwaniami pracodawców. Dotyczy ona zarówno kompetencji zawodowych, związanych z praktycznym wykonywaniem obowiązków, jak i kompetencji miękkich, takich jak komunikatywność, umiejętność współpracy czy budowanie relacji z klientami. Jednocześnie rozwój nowych technologii oraz specjalizacja

rynku powodują wzrost zapotrzebowania na pracowników posiadających umiejętności cyfrowe, znajomość języków obcych oraz zdolność funkcjonowania w międzynarodowym środowisku.

Istotnym wyzwaniem pozostaje również zapewnienie odpowiedniego poziomu współpracy pomiędzy sektorem edukacji a przedsiębiorcami. Praktyki zawodowe, staże, wizyty studyjne czy udział przedstawicieli branży w procesie dydaktycznym stają się obecnie jednym z kluczowych elementów przygotowania młodych ludzi do wejścia na rynek pracy. Równocześnie konieczne jest systematyczne doskonalenie programów nauczania oraz rozwijanie kompetencji kadry dydaktycznej, tak aby proces kształcenia nadążał za tempem zmian zachodzących w sektorze turystyki.

Niniejszy Raport stanowi próbę diagnozy stopnia dopasowania systemu kształcenia kadr turystycznych do potrzeb współczesnego rynku pracy. Opracowanie przedstawia opinie przedstawicieli branży turystycznej dotyczące kompetencji oczekiwanych od przyszłych pracowników, najważniejszych braków dostrzeganych u absolwentów szkół i uczelni o profilu turystycznym oraz kierunków działań, które mogą przyczynić się do podniesienia jakości kształcenia i lepszego przygotowania kadr dla sektora turystycznego.

Wyniki badań mogą stanowić cenne źródło informacji zarówno dla przedsiębiorców, jak i dla szkół, uczelni oraz instytucji odpowiedzialnych za rozwój turystyki i edukacji. Sformułowane na ich podstawie wnioski i rekomendacje mogą przyczynić się do ograniczenia luki kompetencyjnej oraz budowy bardziej efektywnego systemu współpracy pomiędzy edukacją a rynkiem pracy w turystyce.

1. ZAŁOŻENIA PROJEKTU BADAWCZEGO

1.1. Cel projektu

Celem Raportu jest diagnoza stopnia dopasowania systemu kształcenia przyszłych kadr turystycznych do potrzeb współczesnego rynku pracy poprzez analizę opinii przedstawicieli branży turystycznej na temat przygotowania absolwentów szkół i uczelni o profilu turystycznym do podjęcia pracy zawodowej. Szczególną uwagę poświęcono identyfikacji kompetencji i kwalifikacji uznawanych przez pracodawców za kluczowe zarówno obecnie, jak i w perspektywie najbliższych lat, a także rozpoznaniu najważniejszych obszarów niedoborów kompetencyjnych występujących wśród młodych osób wchodzących na rynek pracy.

Raport ma również na celu określenie, w jakim stopniu oferta edukacyjna szkół i uczelni turystycznych odpowiada oczekiwaniom przedsiębiorców reprezentujących różne segmenty rynku turystycznego. Analizie poddano zarówno kompetencje miękkie, takie jak komunikatywność, umiejętność budowania relacji z klientami czy praca zespołowa, jak i kompetencje zawodowe związane m.in. ze znajomością języków obcych, wykorzystaniem nowych technologii, obsługą klientów oraz funkcjonowaniem przedsiębiorstw turystycznych.

Istotnym elementem opracowania jest także identyfikacja najważniejszych wyzwań stojących przed systemem kształcenia kadr dla turystyki. W szczególności badanie koncentruje się na ocenie poziomu przygotowania praktycznego absolwentów, dostosowania programów nauczania do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych, wykorzystania nowoczesnych technologii w procesie dydaktycznym oraz skuteczności

współpracy pomiędzy sektorem edukacji a przedstawicielami branży turystycznej.

Raport podejmuje również próbę określenia kompetencji, które – zdaniem przedsiębiorców – będą zyskiwały na znaczeniu w najbliższych latach w związku z postępującą cyfryzacją sektora turystycznego, rozwojem nowych segmentów rynku, wzrostem znaczenia turystyki zrównoważonej oraz rosnącymi oczekiwaniami klientów wobec jakości świadczonych usług.

Dodatkowym celem opracowania jest wskazanie kierunków działań, które mogłyby przyczynić się do ograniczenia luki kompetencyjnej pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami rynku pracy. W tym kontekście szczególne znaczenie przypisano rozwojowi współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami turystycznymi, szkołami i uczelniami, organizacjami branżowymi oraz instytucjami publicznymi odpowiedzialnymi za rozwój turystyki i edukacji.

Wyniki przeprowadzonych badań stanowią podstawę do sformułowania rekomendacji dotyczących doskonalenia programów nauczania, wzmacniania praktycznego wymiaru kształcenia oraz budowy trwałych mechanizmów współpracy pomiędzy edukacją a gospodarką turystyczną. Uzyskane rezultaty mogą przyczynić się do podniesienia jakości przygotowania zawodowego przyszłych pracowników sektora turystyki oraz zwiększenia konkurencyjności polskiej gospodarki turystycznej.

1.2. Uzasadnienie podjęcia badań

Projekt został podjęty w odpowiedzi na dynamiczne zmiany zachodzące we współczesnym sektorze turystyki, wynikające między innymi z postępującej cyfryzacji, rozwoju nowych segmentów rynku, zmieniających się oczekiwań klientów oraz rosnącego znaczenia zrównoważonego rozwoju. Współczesna branża turystyczna potrzebuje pracowników dysponujących nie tylko specjalistyczną wiedzą i umiejętnościami praktycznymi, lecz także rozwiniętymi kompetencjami społecznymi, językowymi i cyfrowymi. Jednocześnie przedstawiciele rynku pracy coraz

częściej wskazują na występowanie luki kompetencyjnej pomiędzy kwalifikacjami absolwentów szkół i uczelni a rzeczywistymi potrzebami przedsiębiorstw turystycznych.

Istotnym uzasadnieniem realizacji projektu jest również konieczność pogłębiania współpracy pomiędzy sektorem edukacji, przedsiębiorcami, jednostkami samorządu terytorialnego oraz instytucjami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki. Lepsze rozpoznanie oczekiwań pracodawców oraz analiza potrzeb kompetencyjnych rynku mogą przyczynić się do skuteczniejszego dostosowania programów kształcenia do współczesnych wyzwań społeczno-gospodarczych.

Przeprowadzone badania pozwolą na identyfikację mocnych i słabych stron obecnego systemu przygotowania kadr turystycznych, a także na wskazanie obszarów wymagających zmian i dalszego rozwoju. Uzyskane wyniki stanowić będą podstawę do formułowania rekomendacji dotyczących doskonalenia programów nauczania, wzmacniania praktycznego wymiaru edukacji oraz rozwijania nowoczesnych form współpracy pomiędzy szkołami, uczelniami i przedstawicielami branży turystycznej.

Projekt przyczyni się do wzmocnienia systemu doskonalenia kadr turystycznych, podnoszenia jakości świadczonych usług oraz wspierania długofalowego, konkurencyjnego i zrównoważonego rozwoju turystyki w Polsce. Ponadto może stanowić cenne źródło wiedzy dla organizacji branżowych, instytucji publicznych oraz podmiotów edukacyjnych odpowiedzialnych za kształtowanie polityki rozwoju kapitału ludzkiego w sektorze turystyki.

1.3. Uwarunkowania rozwoju kadr turystycznych

1.3.1. Znaczenie kapitału ludzkiego dla rozwoju turystyki

Turystyka pozostaje jednym z kluczowych sektorów gospodarki światowej i krajowej, generując istotne efekty ekonomiczne, społeczne oraz przestrzenne. Jej rozwój w coraz większym stopniu zależy nie tylko

od dostępności infrastruktury i atrakcyjności oferty, lecz przede wszystkim od jakości kapitału ludzkiego. Dynamiczne przemiany zachodzące w sektorze turystycznym powodują szybkie dezaktualizowanie się kompetencji pracowników, co sprawia, że kształcenie, szkolenia oraz stałe doskonalenie zawodowe stają się podstawowym warunkiem utrzymania konkurencyjności podmiotów działających na rynku turystycznym.

Sektor turystyki należy do tych obszarów gospodarki, w których poziom przygotowania kadr w sposób bezpośredni przekłada się na jakość świadczonych usług, satysfakcję klientów oraz zdolność przedsiębiorstw do reagowania na zmienne uwarunkowania rynkowe. W warunkach postępującej cyfryzacji, rosnącej różnorodności form turystyki oraz zmieniających się preferencji konsumentów szczególnego znaczenia nabiera spójność pomiędzy ofertą edukacyjną szkół i uczelni a realnymi potrzebami przedsiębiorców funkcjonujących w branży turystycznej.

Rozwój nowych technologii, zmiany modeli konsumpcji turystyki, rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz coraz większa specjalizacja produktów turystycznych powodują wzrost zapotrzebowania na nowe i zaktualizowane umiejętności. Od osób pracujących w turystyce oczekuje się nie tylko aktualnej wiedzy branżowej, lecz także rozwiniętych kompetencji cyfrowych, komunikacyjnych, międzykulturowych i organizacyjnych, zdolności pracy zespołowej, elastyczności oraz umiejętności szybkiego dostosowywania się do zmieniających się oczekiwań rynku i klientów.

Międzynarodowe oraz europejskie instytucje zajmujące się rozwojem turystyki jednoznacznie wskazują, że jakość usług turystycznych oraz konkurencyjność destynacji są ściśle powiązane z poziomem przygotowania i ciągłego rozwoju kompetencji kadr. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera efektywna współpraca pomiędzy sektorem edukacji, branżą turystyczną oraz jednostkami samorządu terytorialnego, umożliwiającą lepsze dopasowanie programów kształcenia do potrzeb

rynku pracy, szybszy transfer wiedzy i innowacji oraz budowanie trwałych mechanizmów rozwoju kapitału ludzkiego w turystyce.

W Polsce system kształcenia i doskonalenia kadr dla turystyki obejmuje różnorodne formy edukacji i szkoleń. Pomimo ich dostępności wciąż widoczne jest niedopasowanie zakresu i tematyki szkoleń do realnych potrzeb rynku pracy. Dotyczy to zwłaszcza osób już zatrudnionych w sektorze turystyki, które często nie mają możliwości systematycznego podnoszenia kwalifikacji w obszarach odpowiadających aktualnym i przyszłym wyzwaniom branży.

Rosnące znaczenie wyspecjalizowanych form turystyki dodatkowo zwiększa zapotrzebowanie na szkolenia ukierunkowane tematycznie. Jednocześnie coraz większą rolę odgrywają szkolenia z zakresu wykorzystania narzędzi cyfrowych, marketingu internetowego, zarządzania doświadczeniem turysty, bezpieczeństwa oraz odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju. Brak odpowiednio zaprojektowanych programów szkoleniowych może prowadzić do obniżenia jakości usług oraz ograniczenia możliwości rozwoju całego sektora.

W tym kontekście kluczowe znaczenie zyskuje potrzeba budowy spójnego i elastycznego systemu szkoleń dla sektora turystycznego, opartego na stałej diagnozie potrzeb rynku oraz współpracy z interesariuszami branży. Szkolenia powinny łączyć wiedzę teoretyczną z praktycznymi umiejętnościami, wspierać rozwój kompetencji miękkich oraz przygotowywać uczestników do funkcjonowania w warunkach dynamicznych zmian społeczno-gospodarczych.

1.3.2. Międzynarodowe i krajowe uwarunkowania rozwoju kadr turystycznych

UNWTO wskazuje w swoim dokumencie *„Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030 wraz z celami zrównoważonego rozwoju (SDG)”*, że „dobrze wyszkolona i wykwalifikowana siła robocza ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki. Sektor ten może zachęcać do inwestowania w kształcenie i szkolenie zawodowe oraz wspierać

mobilność siły roboczej poprzez umowy transgraniczne dotyczące kwalifikacji, standardów i certyfikatów. W szczególności młodzież (...) powinna korzystać ze środków edukacyjnych, w których turystyka może promować integrację, wartości kultury tolerancję oraz pokój”¹.

Prognozy UNWTO na najbliższe lata wskazują na dynamiczny wzrost zatrudnienia w sektorze turystycznym, co przełoży się na rosnące zapotrzebowanie na nowoczesne i dobrze wykształcone kadry. Podobne stanowisko prezentuje Unia Europejska, podkreślając, że przewaga konkurencyjna Europy na globalnym rynku turystycznym będzie zależała od tworzenia innowacyjnych, markowych produktów turystycznych oraz od wysokiej jakości usług – ściśle powiązanej z poziomem kompetencji i profesjonalizmu pracowników mających bezpośredni kontakt z klientem. Wraz z postępującą standaryzacją ofert, rozwojem nowych produktów turystycznych, zmianami w preferencjach podróżnych oraz wdrażaniem nowoczesnych technologii, rola wykwalifikowanej kadry staje się kluczowym czynnikiem rozwoju całej branży².

Jednocześnie UE przewiduje, że w okresie nadchodzących lat zdecydowanie wzrośnie zainteresowanie młodych ludzi podejmowaniem pracy w obsłudze ruchu turystycznego³.

Jak wskazuje Polska Organizacja Turystyczna, w sektorze turystyki pojawiają się nowe zawody czy techniki pracy zespołowej. Wyraźnie przyspiesza presja na podnoszenie kompetencji w edukacji pozaformalnej. Stają się one priorytetem międzynarodowych turystycznych programów edukacyjnych (między innymi UNWTO)⁴.

¹ UNWTO, TOURISM IN THE 2030 AGENDA, 2015, <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-Agenda>

² UNWTO, <https://www.untourism.int/un-tourism-education>

³ European Parliament, <https://www.europarl.europa.eu/portal/en>

⁴ Strategia zarządzania zintegrowaną komunikacją marketingową w turystyce do roku 2030, Przyływ podnosi wszystkie łódzie, Polska Organizacja Turystyki, Warszawa 2023, s.56

1.3.3. Rola instytucji publicznych w kształceniu kadr turystycznych

Również Ministerstwo Sportu i Turystyki (MSiT) realizuje działania związane z rozwojem kapitału ludzkiego w sektorze turystycznym, obejmujące wspieranie procesu kształcenia, doskonalenie zawodowe kadr oraz współpracę z instytucjami edukacyjnymi i badawczymi w celu dostosowania kompetencji pracowników do zmieniających się potrzeb rynku turystycznego. Zadania te realizuje przede wszystkim Departament Turystyki. W jego kompetencjach znajdują się m.in. takie działania jak:

- wspieranie kształcenia kadr turystycznych w systemie edukacji formalnej,
- szkolenie i doskonalenie zawodowe pracowników branży turystycznej,
- współpracę z uczelniami, szkołami i ośrodkami badawczymi,
- rozwój kwalifikacji zawodowych dostosowanych do potrzeb rynku pracy⁵.

W praktyce działania te obejmują m.in. seminaria i szkolenia dotyczące kwalifikacji zawodowych, przewodnictwa turystycznego, hotelarstwa czy funkcjonowania Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Ministerstwo organizowało również spotkania środowisk przewodnickich oraz seminaria poświęcone sektorowym ramom kwalifikacji w turystyce. Resort prowadzi także szkolenia skierowane do przedstawicieli branży turystycznej, np. organizatorów turystyki korzystających z instrumentów wsparcia publicznego (np. szkolenia dot. zasad funkcjonowania Turystycznego Funduszu Pomocowego itp. MSiT pełni głównie funkcję koordynacyjną i strategiczną. Samo kształcenie zawodowe realizowane jest przede wszystkim przez uczelnie, szkoły branżowe, organizacje turystyczne (POT, ROT, LOT), stowarzyszenia oraz podmioty szkoleniowe.

O potrzebie doskonalenia kadr (także przyszłych kadr turystycznych) wskazano m.in. w dokumencie strategicznym Polskiej Organizacji Turystycznej z 2012 roku. W przeprowadzonej analizie SWOT potencjału krajowej turystyki, wskazano w Słabych Stronach: „*Niedostateczny poziom wyszkolenia pracowników branży turystycznej*”, w Zagrożeniach:

⁵ Ministerstwo Sportu i Turystyki, <https://www.gov.pl/web/sport/departament-turystyki2021.com>

„Brak dopływu do branży turystycznej dostatecznej liczby odpowiednio wykształconych pracowników (deficyt ilościowy i jakościowy siły roboczej)” natomiast w Szansach wskazano na: „Poprawę jakości usług turystycznych w wyniku m.in. wzrostu konkurencji, a także lepszego wykształcenia/szkolenia pracowników i wprowadzanych standardów obsługi”⁶.

Istotną rolę w przygotowaniu kadr dla sektora turystycznego odgrywają również ministerstwa odpowiedzialne za edukację oraz szkolnictwo wyższe i naukę.

Na poziomie szkolnictwa średniego (zadanie Ministerstwa Edukacji- ME) działania koncentrują się przede wszystkim na rozwoju kształcenia zawodowego w zawodach należących do branży hotelarsko-gastronomiczno-turystycznej, wdrażaniu dodatkowych umiejętności zawodowych oraz funkcjonowaniu Branżowych Centrów Umiejętności, których zadaniem jest wspieranie współpracy szkół, uczelni i pracodawców, a także aktywizacja zawodowa uczniów, studentów i absolwentów. Ponadto istotnym elementem systemu jest rozwój kształcenia ustawicznego oraz doskonalenie kompetencji nauczycieli przedmiotów zawodowych. Szczególną rolę odgrywają Branżowe Centra Umiejętności, prowadzące działalność edukacyjną, szkoleniową i egzaminacyjną oraz wspierające transfer wiedzy i nowych technologii do systemu edukacji⁷. ME umożliwia również szkołom prowadzącym kształcenie zawodowe realizację dodatkowych umiejętności zawodowych i kwalifikacji rynkowych, dostosowanych do potrzeb poszczególnych branż, w tym sektora turystycznego i hotelarskiego.

Na poziomie szkolnictwa wyższego minister właściwy do spraw nauki (Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego – MNiSW) wspiera rozwój kadr dla turystyki poprzez finansowanie uczelni prowadzących kierunki związane

⁶ Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2012, s. 73

⁷ Branżowe Centra Umiejętności, Ministerstwo Edukacji,
<https://www.gov.pl/web/edukacja/branzowe-centra-umiejtnosci>,

z turystyką, rekreacją i hotelarstwem, wzmacnianie współpracy nauki z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz tworzenie warunków sprzyjających podnoszeniu jakości kształcenia i badań naukowych. Działania te mają na celu dostosowanie kompetencji absolwentów do zmieniających się potrzeb rynku pracy oraz zwiększenie transferu wiedzy pomiędzy uczelniami a gospodarką⁸.

Warto jednak zaznaczyć, że obecnie w naszym kraju nie funkcjonuje odrębny, ogólnokrajowy program MNiSW poświęcony wyłącznie kształceniu kadr turystycznych; działania te realizowane są przede wszystkim w ramach ogólnego systemu edukacji zawodowej i szkolnictwa wyższego.

1.3.4. Kształcenie kadr turystycznych w dokumentach strategicznych województw

Także poszczególne regiony podejmują inicjatywy mające na celu wzmocnienie swojego potencjału turystycznego, dostrzegając w rozwoju kapitału ludzkiego istotny czynnik budowania przewagi konkurencyjnej nad innymi destynacjami. W tabeli poniżej zaprezentowano wybrane zapisy z regionalnych dokumentów strategicznych, odnoszące się do działań ukierunkowanych na podnoszenie kwalifikacji zawodowych osób zainteresowanych zatrudnieniem w sektorze turystyki.

⁸ Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, <https://www.gov.pl/web/nauka>,

Tabela 1 Treść zapisów z dokumentów strategicznych 16 województw, odnoszących się planowanych działań w zakresie edukacji kadr dla turystyki

Województwo	Zakres zapisów w dokumencie strategicznym
Dolnośląskie	Szkolenie profesjonalnych kadr dla turystyki (analizy potrzeb szkoleniowych w zakresie turystyki, uwzględniając specyfikę regionu, opracowanie i wdrożenie, we współpracy z uczelniami, metodologii szkolenia oraz programów podnoszących jakość i standardy usług turystycznych dla kadr branży turystycznej).
Kujawsko-pomorskie	Podnoszenie kwalifikacji osób zatrudnionych w przemyśle turystycznym (szkolenia itp.).
Lubelskie	Region posiada duży potencjał ludzki (zasoby wykształconych kadr, dobra baza edukacyjna do kształcenia kadr na rzecz rozwoju przemysłów kultury i turystyki).
Lubuskie	Przygotowanie i rozwój kompetentnych kadr turystycznych, odpowiadających na aktualne i przyszłe potrzeby rynku oraz wzmacniających konkurencyjność oferty turystycznej regionu.
Łódzkie	Zwiększenie potencjału kadrowego poprzez zatrudnianie wykwalifikowanych pracowników, monitoring rynku pracy oraz rozwój współpracy między branżą turystyczną, JST i instytucjami edukacyjnymi. Istotne znaczenie ma również wdrażanie systemów kształcenia i doskonalenia zawodowego.
Małopolskie	Budowanie dialogu i partnerstwa instytucji rynku pracy w rozwiązywaniu lokalnych problemów związanych z zatrudnieniem i bezrobociem. Szkolenia w zakresie przedsiębiorczości i działalności gospodarki turystycznej.
Mazowieckie	Przygotowanie kadr powinno być rezultatem zaprogramowania i wdrożenia kompleksowego systemu, w którym głównymi podmiotami są przedstawiciele branży turystycznej (powiązanie z produktami turystycznymi Regionu oraz ze specyfiką ruchu turystycznego).
Opolskie	Organizować cykliczne szkolenia dla rolników rozpoczynających i prowadzących działalność agroturystyczną i ekoturystyczną (w tym kreowanie poczucia dumy z walorów i atrakcji lokalnych, podnoszenia jakości itp.).
Podkarpackie	Budowanie wizerunku turystycznego Regionu w oparciu o m.in. wyszkolone kadry. Stałe kształcenie i podnoszenia jakości kadr obsługujących ruch turystyczny (hotele, gastronomia, gospodarstwa agroturystyczne).
Podlaskie	Zapewnienie wysokiej jakości edukacji zawodowej i szkolenia zawodowego w turystyce.
Pomorskie	Podniesienie jakości kształcenia kadr turystycznych poprzez współpracę ze szkołami i innymi instytucjami edukacyjnymi w zakresie turystyki (doradztwo i szkolenia).

Śląskie	Istotnym warunkiem rozwoju sektora turystyki w regionie jest podnoszenie kwalifikacji kadry pracowników branży turystycznej i szkolenie nowych pracowników.
Świętokrzyskie	Potrzeba dobrze przygotowanej kadry, organizacji szkoleń, doradztwa w zakresie funduszy UE. Wprowadzenie programów umożliwiających odbywanie praktyk, szkoleń i staży za granicą dla przyszłej kadry ekspertów krajowych, regionalnych i lokalnych animatorów w obszarze kreacji produktów oraz zarządzania projektami innowacyjnymi w turystyce. Realizacja programu "Profesjonalne kadry" (program skierowany do branży turystycznej i jst).
Warmińsko-mazurskie	Organizacja szkoleń i kursów dla kadry turystycznej (w zakresie promocji . Ścisłejsze powiązanie uczelni o profilu turystyczną z gospodarką regionu (pozwoli to na zatrzymanie kadry z wykształceniem w Regionie).
Wielkopolskie	Działania w kierunku wzrostu zatrudnienia w gospodarce turystycznej (powstanie kadra zawodowa o wysokich kwalifikacjach, która zapewni nową jakość usług). Kształcenie będzie zgodnie z potrzebami rynku (na poziomie średnim i wyższym przy wykorzystaniu nowoczesnych technik i programów nauczania). Wiedza, umiejętności i przedsiębiorczość kadry turystycznej staną się atutem turystyki.
Zachodnio-pomorskie	Wykształcenie nowej kadry dla turystyki w połączeniu z ustawicznym podnoszeniem kwalifikacji personelu już pracującego w branży.

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentów strategicznych 16 województw, 2026

Analiza regionalnych dokumentów strategicznych, w szczególności strategii rozwoju turystyki, pokazuje, że we wszystkich województwach zagadnienia związane z rozwojem kompetencji i szkoleniem kadr turystycznych zajmują istotne miejsce w planowanych działaniach rozwojowych. Podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników sektora turystyki jest konsekwentnie wskazywane jako jeden z kluczowych priorytetów polityki regionalnej. Zapisy strategiczne obejmują m.in. działania ukierunkowane na poprawę jakości usług turystycznych, rozwój doradztwa i wsparcia kompetencyjnego, wzmacnianie współpracy z uczelniami wyższymi i instytucjami edukacyjnymi, wspieranie przedsiębiorczości w turystyce oraz rozwój kształcenia ustawicznego, dostosowanego do zmieniających się potrzeb rynku.

2. METODYKA BADAŃ

2.1. Charakterystyka projektu badawczego

Projekt badawczy stanowi element szerszych działań ukierunkowanych na identyfikację luki kompetencyjnej pomiędzy systemem kształcenia kadr turystycznych a aktualnymi i przyszłymi potrzebami rynku pracy. Jego założeniem jest wieloaspektowa analiza procesu przygotowania zawodowego przyszłych pracowników sektora turystyki z perspektywy najważniejszych interesariuszy, w tym przedstawicieli branży turystycznej, instytucji edukacyjnych, jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych.

Badania zostały zaprojektowane w sposób umożliwiający porównanie opinii różnych grup respondentów dotyczących jakości kształcenia, oczekiwanych kompetencji zawodowych oraz stopnia dopasowania programów nauczania do wymagań współczesnego rynku turystycznego. Szczególną uwagę poświęcono zagadnieniom związanym z rozwojem kompetencji zawodowych i społecznych, wykorzystaniem nowych technologii, współpracą pomiędzy edukacją a gospodarką oraz identyfikacją najważniejszych wyzwań stojących przed systemem kształcenia kadr dla turystyki.

Uzyskane wyniki mają służyć nie tylko diagnozie obecnej sytuacji, lecz także sformułowaniu rekomendacji dotyczących doskonalenia programów nauczania, wzmacniania praktycznego wymiaru kształcenia oraz budowania trwałych mechanizmów współpracy pomiędzy szkołami, uczelniami, przedsiębiorstwami turystycznymi i instytucjami publicznymi.

2.2. Zastosowane narzędzia badawcze

Podstawowym narzędziem badawczym wykorzystanym w ramach projektu była autorska ankieta skierowana do przedstawicieli branży turystycznej. Kwestionariusz ankiety, stanowiący załącznik do niniejszego Raportu, został opracowany w celu identyfikacji opinii respondentów dotyczących przygotowania przyszłych kadr turystycznych, kluczowych kompetencji zawodowych oraz stopnia dopasowania systemu edukacji do potrzeb rynku pracy.

2.3. Pytania badawcze

Badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza obejmującego 9 pytań dotyczących między innymi zapotrzebowania na pracowników w sektorze turystyki, oczekiwanych kompetencji zawodowych i społecznych, oceny przygotowania absolwentów szkół i uczelni turystycznych, współpracy przedsiębiorców z instytucjami edukacyjnymi oraz kierunków zmian niezbędnych do ograniczenia luki kompetencyjnej pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami rynku pracy.

2.4. Hipotezy badawcze

Na potrzeby badania przyjęto następujące hipotezy badawcze:

H1. System kształcenia kadr turystycznych nie jest w pełni dostosowany do aktualnych potrzeb rynku pracy.

H2. Przedstawiciele branży turystycznej dostrzegają istotne braki kompetencyjne wśród absolwentów szkół i uczelni o profilu turystycznym.

H3. Kompetencje praktyczne, cyfrowe oraz językowe będą odgrywać coraz większą rolę w funkcjonowaniu współczesnego rynku turystycznego.

H4. Rozwój współpracy pomiędzy branżą turystyczną a instytucjami edukacyjnymi może przyczynić się do lepszego przygotowania przyszłych pracowników sektora.

2.5. Organizacja i przebieg badań

Badanie zostało przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety. Kwestionariusz udostępniono przedstawicielom branży turystycznej reprezentującym różne segmenty rynku usług turystycznych. Badania ankietowe przeprowadzono z zastosowaniem elektronicznego formularza opracowanego na platformie Microsoft Forms, co umożliwiło respondentom udzielanie odpowiedzi w formie online oraz zapewniło sprawne gromadzenie i opracowanie materiału badawczego.

Ankieta miała charakter anonimowy, a odpowiedzi były zbierane drogą elektroniczną. W sumie uzyskano 41 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, które następnie poddano analizie ilościowej i jakościowej.

Zebrany materiał badawczy posłużył do identyfikacji najważniejszych potrzeb kompetencyjnych sektora turystyki, oceny stopnia przygotowania przyszłych pracowników oraz określenia kierunków zmian niezbędnych do lepszego dostosowania systemu kształcenia do oczekiwań rynku pracy. Uzyskane wyniki stały się również podstawą do sformułowania wniosków i rekomendacji dotyczących współpracy pomiędzy branżą turystyczną, instytucjami edukacyjnymi oraz podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki w Polsce.

3. TŁO TEORETYCZNE I INSTYTUCJONALNE

Współczesny sektor turystyki należy do najbardziej dynamicznie rozwijających się obszarów gospodarki, a jego konkurencyjność w coraz większym stopniu zależy od jakości kapitału ludzkiego. Postępująca cyfryzacja, rozwój nowych segmentów rynku, rosnące znaczenie turystyki zrównoważonej oraz zmieniające się oczekiwania klientów powodują wzrost zapotrzebowania na wysoko wykwalifikowanych pracowników dysponujących zarówno specjalistyczną wiedzą branżową, jak i rozwiniętymi kompetencjami społecznymi.

Istotną rolę w przygotowaniu kadr dla sektora turystyki odgrywają szkoły i uczelnie, przedsiębiorcy, organizacje branżowe oraz instytucje publiczne odpowiedzialne za rozwój turystyki i edukacji. Szczególnego znaczenia nabiera współpraca pomiędzy tymi podmiotami, umożliwiającą dostosowywanie programów kształcenia do potrzeb rynku pracy oraz skuteczniejsze przygotowanie przyszłych pracowników do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu społeczno-gospodarczym.

Jednocześnie liczne dokumenty strategiczne oraz rekomendacje instytucji krajowych i międzynarodowych podkreślają konieczność wzmacniania praktycznego wymiaru kształcenia, rozwijania kompetencji cyfrowych i językowych oraz budowania trwałych relacji pomiędzy systemem edukacji a przedstawicielami branży turystycznej. W kontekście tych wyzwań szczególnego znaczenia nabiera diagnoza potrzeb kompetencyjnych rynku pracy oraz identyfikacja obszarów wymagających zmian w procesie kształcenia przyszłych kadr turystycznych.

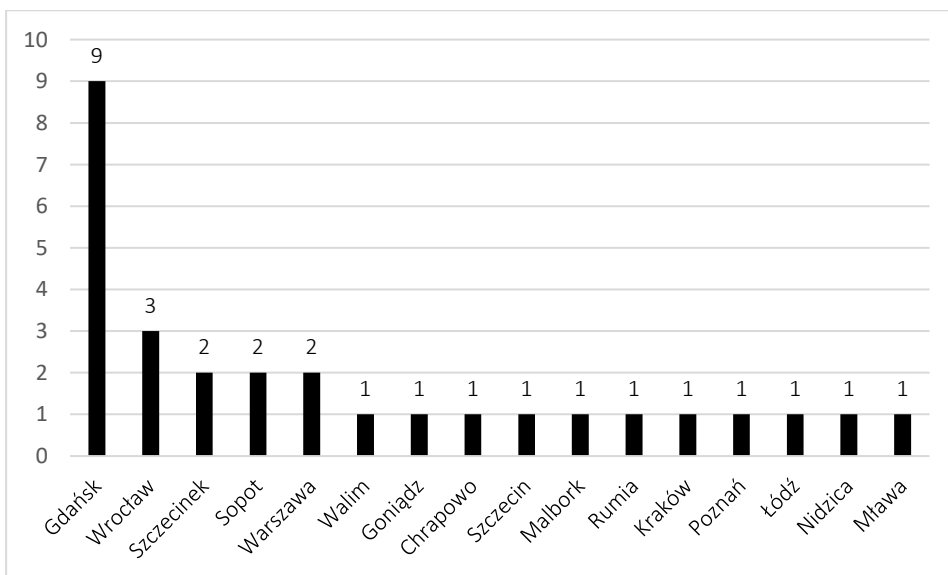
4. WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH

4.1. Analiza odpowiedzi respondentów

Poniżej przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych wśród przedstawicieli branży turystycznej. W sumie otrzymano odpowiedzi od 41 przedstawicieli branży.

Odpowiedzi otrzymano od respondentów działających w następujących miastach.

Wykres 1 Miejscowości w których działają przedstawiciele branży



Źródło: badania własne, 2026

Zebrane dane wskazują, że spośród 41 przedstawicieli branży turystycznej jedynie 29 respondentów podało nazwy miejscowości, w których prowadzą

swoją działalność, natomiast 12 badanych nie wskazało miasta działania. Najwięcej odpowiedzi otrzymano od respondentów działających w Gdańsku (9), Wrocławiu (3) oraz Szczecinku, Sopocie i Warszawie (po 2). Pozostałe miejscowości zostały wskazane przez pojedynczych respondentów.

Poniżej w tabeli przedstawiono główny profil działalności badanych firm – przedstawicieli branży turystycznej.

Tabela 2 Główny profil działalności badanych firm (N=41) (%)

Profil działalności	%
Hotelarstwo, usługi noclegowe	46
Gastronomia	24
Branża HoReCa	22
Biuro podróży – organizator usług turystycznych	20
Oferta eventowa	12
Przemysł spotkań – turystyka biznesowa - MICE	7
Agroturystyka	5
Ekoturystyka	5
Oferta Wellness & SPA	5
Turystyka militarna	2
Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek	2
Rekreacja i rozrywka	2

Źródło: badania własne, 2026

Struktura profilu działalności badanych podmiotów wskazuje na wyraźną dominację hotelarstwa i usług noclegowych (46%), a także gastronomii (24%) i branży HoReCa (22%), które łącznie stanowią ponad połowę całej próby. Potwierdza to koncentrację rynku na podstawowych usługach obsługi ruchu turystycznego.

Istotną rolę odgrywają również biura podróży – organizatorzy usług turystycznych (20%), uzupełnione przez ofertę eventową (12%) oraz turystykę biznesową MICE (7%), wskazujące na znaczenie funkcji organizacyjnych i wydarzeniowych. Pozostałe formy działalności (w tym

rekreacja i rozrywka, oferta agroturystyczna i ekoturystyczna, oferta Wellness & SPA i inne), charakteryzują się pozostałym udziałem (łącznie 2-5%) i pełnią funkcję uzupełniającą wobec dominujących obszarów rynku wskazanych przez badane podmioty.

Respondentów poproszono o wskazanie kluczowych kompetencji miękkich pracowników rynku usług turystycznych, które w ich opinii mają największe znaczenie dla efektywnego funkcjonowania i rozwoju branży.

Tabela 3 Kluczowe kompetencje miękkie pracowników rynku usług turystycznych w opinii przedstawicieli branży (N=41) (%)

Odpowiedzi	%
Komunikatywność	90
Empatyczne podejście do ludzi	83
Łatwość nawiązywania pozytywnych relacji interpersonalnych	68
Umiejętność pracy w zespole	66
Umiejętność budowania dobrej atmosfery w kontaktach międzyludzkich	63
Radzenie sobie ze stresem	61
Współpraca/współdziałanie z innymi osobami w zespole	56
Samodzielność i inicjatywa	54
Otwartość i życzliwość wobec innych osób	51
Zorientowanie na obsługę klienta	41
Umiejętność adaptacji do sytuacji	39
Umiejętność radzenia sobie z sytuacjami trudnymi, konfliktami	39
Orientacja na klienta	37
Umiejętność pracy pod presją czasu	34
Umiejętność rozwiązywania problemów	34
Kreatywność	32
Umiejętność zarządzania czasem	22
Inteligencja emocjonalna	20
Zarządzanie ludźmi	19
Umiejętności negocjacyjne	15
Asertywność	12
Wnioskowanie, negocjacje i podejmowanie decyzji	12

Źródło: badania własne, 2026

Dane pokazują, że przedstawiciele branży turystycznej za najbardziej kluczowe kompetencje miękkie uznają przede wszystkim komunikatywność (90%) oraz empatyczne podejście do ludzi (83%), co jednoznacznie podkreśla znaczenie jakości relacji z klientem. Bardzo wysoko oceniono także łatwość nawiązywania relacji interpersonalnych (68%), umiejętność pracy w zespole (66%), budowanie dobrej atmosfery w kontaktach międzyludzkich (63%) oraz radzenie sobie ze stresem (61%). Kompetencje związane z organizacją pracy i decyzyjnością, takie jak negocjacje, asertywność czy wnioskowanie, uzyskały wyraźnie niższe wskazania (12-15%), co sugeruje, że w branży turystycznej priorytetem są umiejętności interpersonalne i emocjonalne, a nie formalne kompetencje zarządcze.

Ankietowanych poproszono o wskazanie najważniejszych kompetencji zawodowych branż pod uwagę przy zatrudnianiu nowych pracowników w branży turystycznej.

Tabela 4 Najważniejsze kompetencje zawodowe przy zatrudnianiu nowych pracowników w branży turystycznej (N=41) (%)

Odpowiedzi	%
Znajomość języków obcych na poziomie dobrym	80
Budowanie i utrzymywanie relacji z klientami	76
Znajomość zasad etyki zawodowej w turystyce	66
Umiejętności gastronomiczne / kucharskie	63
Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z mediami i klientami	51
Znajomość standardów hotelarskich	49
Kompetencje w zakresie wykorzystywania technologii cyfrowych w promocji ofert turystycznych.	44
Umiejętność zarządzania projektami	34
Prowadzeniu promocji w mediach społecznościowych	32
Znajomość metod i technik obsługi ruchu turystycznego	32
Doradztwo w zakresie podróży	27
Personalizacja i profesjonalizacja usług turystycznych (np. w zakresie dostarczaniu turystyce odpowiednich, unikatowych doznań (tzw. „ekonomia doświadczeń”)	27

Sprawne posługiwanie się systemami rezerwacyjnymi, aplikacjami mobilnymi i narzędziami online wspierającymi usługi turystyczne, wdrażanie innowacyjnych produktów/usług	24
Umiejętności z zakresu obsługi klienta i komunikacji interpersonalnej	24
Koordinowaniu eventów	22
Znajomość metod i technik sprzedaży usług branży MICE	22
Umiejętność analizowania i monitoring rynku sprzedaży internetowej	20
Znajomość nowoczesnych metod, technik i narzędzi marketingowych	20
Umiejętność organizacji imprez turystycznych	17
Organizacja wydarzeń turystycznych	15
Umiejętność wdrażania innowacyjnych produktów/usług	15
Umiejętność wykorzystania nowych technologii (m.in. audio-przewodniki, aplikacje, itp.)	14
Organizowanie usług Wellness & SPA	12
Tworzenie, kształtowanie i promocja nowych produktów turystycznych	12
Umiejętności zarządzania i planowania w branży turystycznej	12
Umiejętność wdrażania i obsługi nowych programów komputerowych, aplikacji	12
Znajomość zasad i narzędzi public relations	12
Umiejętność zapewnienia turystom opieki, bezpieczeństwa i komfortu pobytu	11
Animowanie czasu wolnego (wszystkich grup wiekowych lub wybranych segmentów: dzieci, dorosłych, seniorów, turystów z niepełnosprawnościami)	10
Bezpieczeństwo w rekreacji i rozrywce	10
Organizacja i zarządzanie bezpieczeństwem imprez turystycznych	10
Szybkość realizacji usług	10
Udzielaniu konsultacji turystycznej w hotelu (konsjerż)	10
Umiejętność pisania blogów i działalności w mediach społecznościowych	10
Umiejętność pozyskiwania sponsorów	10
Znajomość aktualnych trendów gastronomicznych	10
Bezpiecznym administrowaniu danymi (RODO)	7
Doradztwu w zakresie zdrowego żywienia	7
Monitorowanie rynków i zarządzanie ceną	7
Prowadzenie animacji czasu wolnego	7
Prowadzeniu sprzedaży usług turystycznych z wykorzystaniem komunikacji internetowej	7
Umiejętność obsługi grup specjalistycznych (np. turystyki kulturowej, aktywnej, medycznej itp.)	7
Umiejętność obsługi kongresów i konferencji	7
Umiejętność planowania/organizowania i kalkulacji imprez turystycznych	7

Umiejętność pozyskiwania środków, grantów na organizację imprez z różnych źródeł (m.in. dofinansowanie ze strony jst, fundusze UE)	7
Wdrażanie innowacyjnych produktów/usług	7
Wyszukiwanie nowych kanałów promocji	7
Znajomość metod i technik organizacji oraz obsługi imprez w sektorze rekreacji i rozrywki	7
Znajomość najnowszych zjawisk i trendów zachodzących na rynku usług biur podróży	7
Umiejętność obsługi mediów społecznościowych (np. Instagram)	2
Współpraca z kontrahentami / kooperantami	2
Zarządzanie sprzedażą usług rekreacyjnych i rozrywkowych	2
Znajomość narzędzi graficznych do przygotowywania materiałów promocyjnych i ofertowych	2

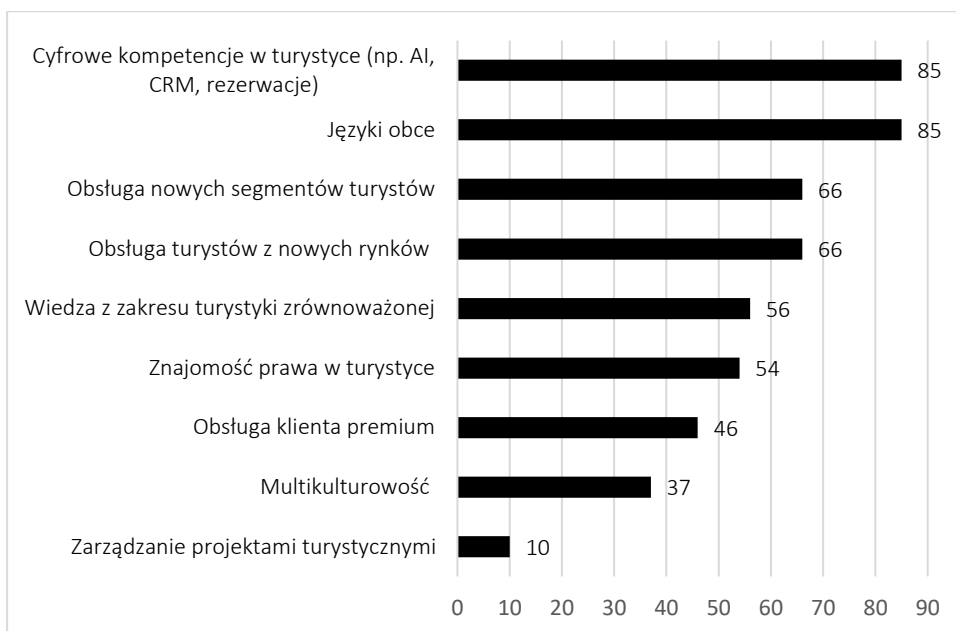
Źródło: badania własne, 2026

Zebrane dane wskazują, że przedstawiciele branży turystycznej za najważniejsze kompetencje zawodowe przy zatrudnianiu nowych pracowników uznają przede wszystkim *znajomość języków obcych na poziomie dobrym* (80%) oraz *umiejętność budowania i utrzymywania relacji z klientami* (76%), co potwierdza kluczowe znaczenie bezpośredniej obsługi turysty w warunkach silnej konkurencji rynkowej. Wysoko oceniono również *znajomość zasad etyki zawodowej w turystyce* (66%), *umiejętności gastronomiczne/kucharskie* (63%) oraz *nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z mediami i klientami* (51%), co odzwierciedla rosnącą wagę jakości usług i reputacji podmiotów turystycznych.

Istotną grupę kompetencji stanowią także umiejętności cyfrowe i marketingowe, w tym *wykorzystywanie technologii cyfrowych w promocji ofert* (44%), *zarządzanie projektami* (34%) oraz *promocja w mediach społecznościowych* (32%), co wskazuje na postępującą cyfryzację branży. Relatywnie rzadziej wskazywano specjalistyczne kompetencje operacyjne, takie jak *obsługa mediów społecznościowych, zarządzanie sprzedażą usług rekreacyjnych czy współpraca z kontrahentami* (po 2–7%), co sugeruje, że są one postrzegane jako kompetencje uzupełniające, możliwe do rozwinięcia w toku pracy zawodowej.

Badanych poproszono o wskazanie kompetencji i kwalifikacji pracowników turystyki, które ich zdaniem będą zyskiwać na znaczeniu w najbliższych latach.

Wykres 2 Kompetencje i kwalifikacje pracowników turystyki, które będą zyskiwać na znaczeniu w najbliższych latach według badanych (N=41) (%)

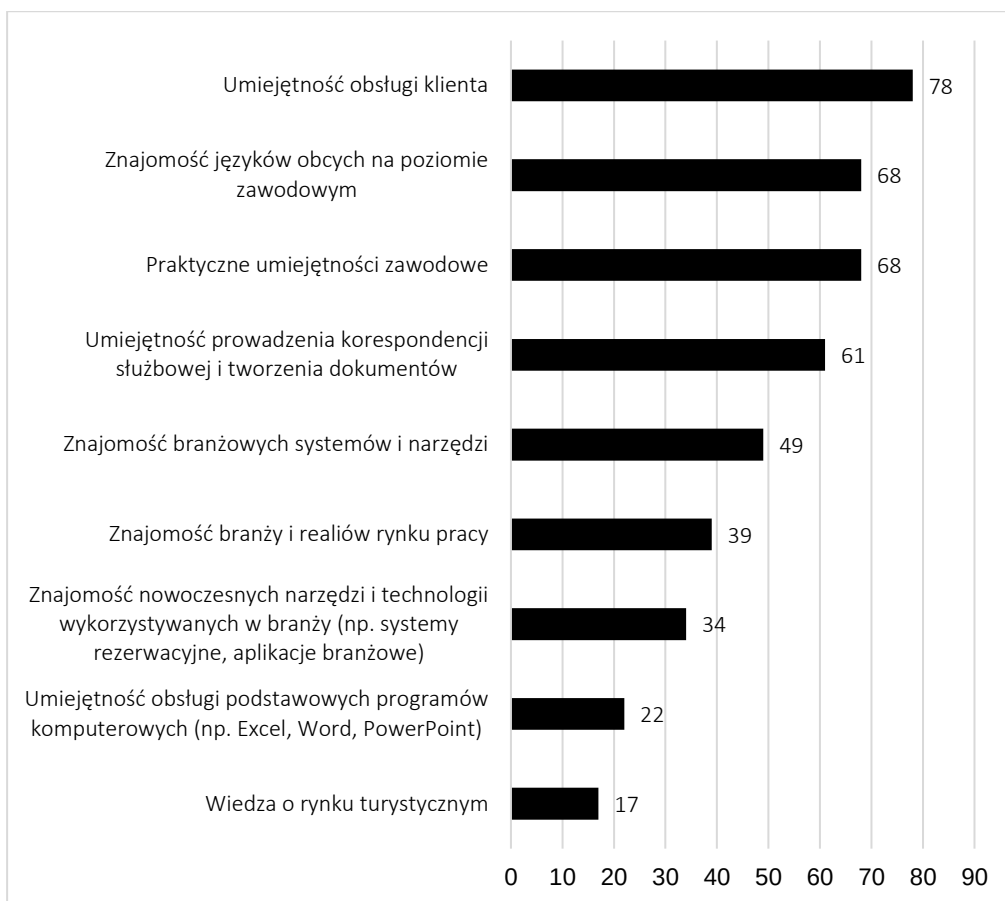


Źródło: badania własne, 2026

Z opinii badanych przedstawicieli branży turystycznej wynika, że w najbliższych latach na znaczeniu najbardziej będą zyskiwać *cyfrowe kompetencje w turystyce* (85%) oraz *znajomość języków obcych* (85%), co odzwierciedla postępującą cyfryzację sektora i internacjonalizację rynku. Istotne znaczenie przypisywane jest również *obsłudze nowych segmentów turystów* oraz *turystów z nowych rynków* (po 66%), a także *wiedzy z zakresu turystyki zrównoważonej* (56%) i *znajomości prawa w turystyce* (54%). Relatywnie mniejsze znaczenie respondenci przypisują *zarządzaniu projektami turystycznymi* (10%), co sugeruje, że kompetencje te są postrzegane jako mniej uniwersalne lub istotne głównie dla wybranych stanowisk.

W dalszej kolejności przebadano opinie dotyczące obszarów wiedzy i umiejętności, które zdaniem badanych są niedostatecznie rozwinięte u młodych kandydatów do pracy w branży turystycznej.

Wykres 3 Obszary wiedzy i umiejętności niedostatecznie rozwinięte u młodych kandydatów do pracy w branży turystycznej, wskazane przez badanych (N=41) (%)



Źródło badania własne, 2026

Z opinii przedstawicieli branży turystycznej wynika, że u młodych kandydatów do pracy najczęściej niedostatecznie rozwinięta jest *umiejętność obsługi klienta* (78%) (co wskazuje na istotną lukę w zakresie kompetencji praktycznych i interpersonalnych). Wysoki odsetek wskazań dotyczy również *znajomości języków obcych na poziomie zawodowym*

(68%) oraz *praktycznych umiejętności zawodowych* (68%), co sugeruje niedopasowanie przygotowania absolwentów do realnych wymagań rynku pracy.

Respondenci zwracają także uwagę na *braki w umiejętności prowadzenia korespondencji służbowej i tworzenia dokumentów* (61%) oraz *znajomości branżowych systemów i narzędzi* (49%). Relatywnie rzadziej wskazywano niedostatki w zakresie *podstawowych programów komputerowych* (22%) i *wiedzy o rynku turystycznym* (17%), co może oznaczać, że są to obszary lepiej rozwinięte w procesie kształcenia formalnego.

Przedstawiciele branży poproszono o wskazanie najistotniejszych wyzwań i problemów związanych z kształceniem nowych kadr w branży turystycznej, z ich perspektywy.

Tabela 5 Najistotniejsze wyzwania i problemy związane z kształceniem nowych kadr w branży turystycznej w opinii przedstawicieli branży (N=41) (%)

Odpowiedzi	%
Brak jest nowoczesnych narzędzi i technologii w kształceniu zawodowym w placówkach edukacyjnych	66
Brak atrakcyjnych ofert edukacyjnych z zakresu szeroko pojętych zagadnień związanych z turystyką, dla młodych ludzi	61
Brak jest odpowiedniej liczby wykwalifikowanych pracowników w branży turystycznej	61
Brak jest pracowników posiadających odpowiednie przygotowanie praktyczne po ukończeniu szkoły lub uczelni o profilu turystycznym.	61
Brakuje programów kształcenia, które przygotowują młodych ludzi do pracy w konkretnych segmentach rynku (np. turystyka biznesowa, eventowa, zdrowotna).	54
Nowo zatrudnione osoby wymagają dodatkowego przeszkolenia mimo ukończonego kierunku związanego z turystyką.	51
Zauważalny jest niski rozwój kwalifikacji zawodowych pracowników branży turystycznej	51
Zmiany na rynku usług turystycznych za sprawą sytuacji geopolitycznej w Europie (np. wojna na Ukrainie), była pandemia COVID'19, sztuczna inteligencja itp.	41

Brak jest współpracy z innymi instytucjami i organizacjami (poza szkołami i uczelniami) związanymi z kształceniem turystycznym	39
Zatrudniani pracownicy mają problemy z obsługą podstawowych narzędzi cyfrowych wykorzystywanych w turystyce (np. systemów rezerwacyjnych, CRM).	39
Brakuje dostępnych szkoleń zawodowych dopasowanych do rzeczywistych potrzeb pracowników branży turystycznej.	29
Brak jest współpracy z innymi instytucjami i organizacjami (poza szkołami i uczelniami) związanymi z rozwojem turystyki (m.in. MSiT, MNiSW, ME, POT, ROT, LOT, jst itp.)	20
Dostosowanie edukacji do potrzeb rynku pracy.	20
Nowo zatrudnione osoby często nie posiadają podstawowej wiedzy o strukturze i funkcjonowaniu współczesnego rynku turystycznego.	17
Istnieje niewielkie zainteresowanie młodzieży kształceniem zawodowym i wyższym w zakresie turystyki	15
Z powodu niedopasowania kompetencji absolwentów szkół i uczelni do potrzeb firmy, konieczne jest wdrażanie własnych programów szkoleniowych.	15
Brak wystarczającej współpracy sektora nauki (szkoły i uczelnie wyższe o profilu turystycznym) a branżą turystyczną	12
Na poziomie lokalnym lub regionalnym brakuje wsparcia instytucjonalnego dla rozwoju kształcenia zawodowego w turystyce.	12
W firmie występuje rotacja pracowników spowodowana brakiem możliwości rozwoju zawodowego.	12
Brak jest badań lub analiz dotyczących kształcenia zawodowego i ogólnego oraz potrzeb rynku pracy w branży turystycznej	10
Współpraca z placówkami edukacyjnymi (szkołami, uczelniami) w zakresie praktyk lub staży jest niewystarczająca lub nieefektywna.	10
Brakuje dostępnych na rynku szkoleń rozwijających kompetencje miękkie pracowników (np. komunikacja, praca zespołowa, radzenie sobie w sytuacjach stresowych).	7
Firma nie otrzymuje propozycji współpracy ze strony szkół i uczelni turystycznych.	7
Szkoły i uczelnie nie oferują wystarczającej liczby godzin zajęć praktycznych w programach nauczania.	2

Źródło: badania własne, 2026

Powyższe wyniki wskazują, że w opinii przedstawicieli branży turystycznej kluczowe problemy w kształceniu nowych kadr dotyczą przede wszystkim niedostosowania edukacji do realiów rynku pracy oraz braków kompetencyjnych absolwentów. Najczęściej wskazywanym wyzwaniem jest *brak nowoczesnych narzędzi i technologii w kształceniu zawodowym* (66%), a także *niedobór wykwalifikowanych pracowników, brak odpowiedniego przygotowania praktycznego absolwentów oraz niewystarczająca liczba atrakcyjnych ofert edukacyjnych dla młodych ludzi* (po 61% wskazań).

Ponad połowa respondentów zwraca uwagę na niski poziom rozwoju kwalifikacji zawodowych pracowników oraz fakt, że nowo zatrudnione osoby wymagają *dodatkowego przeszkolenia mimo ukończenia kierunków turystycznych* (po 51%). Istotnym problemem jest także *brak programów kształcenia przygotowujących do pracy w konkretnych segmentach rynku turystycznego* (54% wskazań).

Znacząca część badanych podkreśla również wpływ *dynamicznych zmian rynkowych* (41%), *niedostateczne kompetencje cyfrowe pracowników* (39%) oraz *brak współpracy z instytucjami związanymi z kształceniem turystycznym* (39%). Najrzadziej wskazywane były kwestie formalne, takie jak *niewystarczająca liczba godzin zajęć praktycznych w programach nauczania* (2%), co sugeruje, że problemem nie jest sama obecność praktyk, lecz ich jakość, czas trwania i dopasowanie do potrzeb branży (rynku usług turystycznych).

W dalszej części badania ankietowanych zapytano o najważniejsze i najbardziej potrzebne działania wobec sektora edukacji, które powinny zostać podjęte w celu lepszego dostosowania kształcenia do potrzeb rynku pracy w turystyce.

Tabela 6 Najważniejsze i najbardziej potrzebne działania wobec sektora edukacji na rzecz dostosowania kształcenia do potrzeb rynku pracy w turystyce, wskazane przez badanych (N=41) (%)

Odpowiedzi	%
Dostosowanie ofert edukacyjnych do zmieniających się potrzeb rynku pracy	83
Współpraca branży turystycznej z placówkami edukacyjnymi o profilu turystycznym	71
Organizacja szkoleń i warsztatów dla nauczycieli, pracowników edukacji i wykładowców w celu poprawy jakości nauczania i wdrożenia nowych metod dydaktycznych	68
Regularne spotkania i konsultacje branży turystycznej w celu dostosowania działań do potrzeb rynku pracy	54
Współpraca z pracodawcami z branży turystycznej w celu określenia najważniejszych umiejętności i kompetencji wymaganych od pracowników usług turystycznych	41
Dalsze rozwijanie i aktualizowanie standardów kształcenia w placówkach edukacyjnych o profilu turystycznym	37
Stworzenie platformy internetowej dla pracodawców z branży turystycznej, umożliwiającej wymianę doświadczeń i dobrych praktyk związanych z kształceniem w zakresie turystyki	34
Stworzenie programów szkoleniowych i kursów uwzględniających nowe technologie i trendy w branży turystycznej	27
Organizowanie szkoleń i warsztatów dla przedsiębiorców w zakresie kształcenia zawodowego i zarządzania zasobami ludzkimi, realizowanych przez sektor edukacji	22
Współpraca z organizacjami pracodawców z branży turystycznej w celu promowania kształcenia w turystyce	17
Współpraca z uczelniami i instytucjami edukacyjnymi w celu opracowania nowych programów nauczania zgodnych z aktualnymi potrzebami rynku pracy	15
Podejmowanie systemowych rozwiązań w zakresie przeciwdziałania zjawiska odchodzenie pracowników z turystyki do innych zawodów	10
Współpraca z instytucjami rynku pracy w celu zapewnienia staży i praktyk dla uczniów i studentów kierunków turystycznych	10
Udział przedsiębiorców w procesie tworzenia standardów kształcenia i programów nauczania w celu dopasowania ofert edukacyjnych do potrzeb rynku pracy w turystyce	7

Źródło: badania własne, 2026

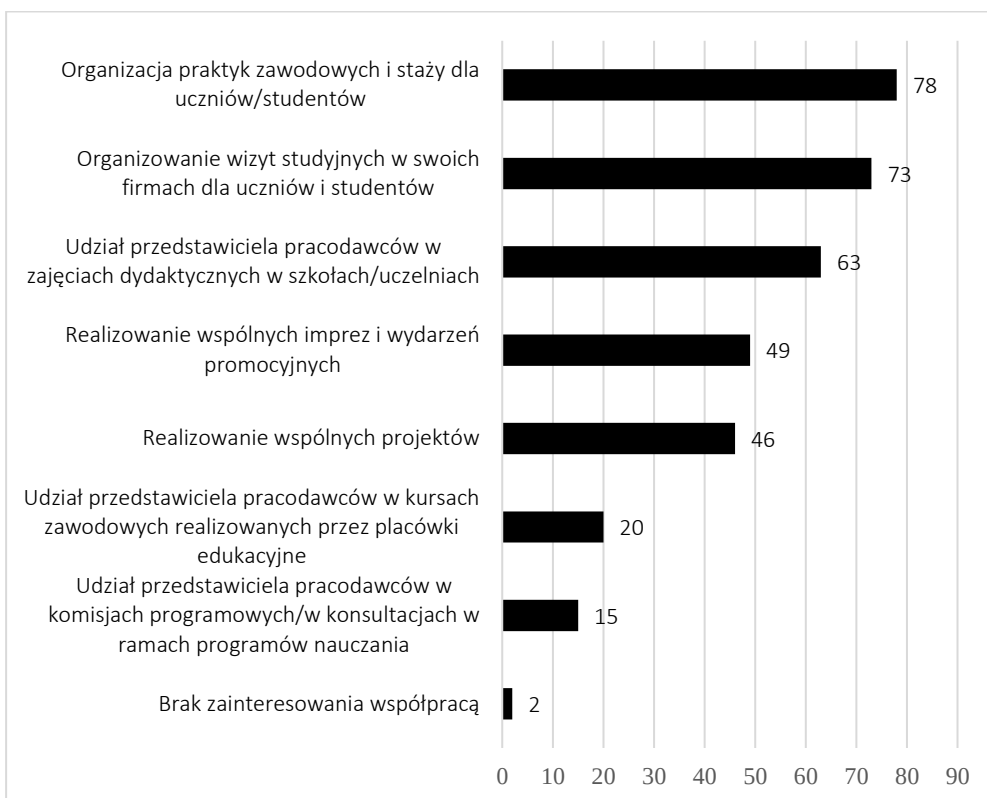
Respondenci jednoznacznie wskazują, że kluczowym kierunkiem działań jest *dostosowanie ofert edukacyjnych do zmieniających się potrzeb rynku pracy* (na ten aspekt zwróciło uwagę aż 83% badanych). Bardzo wysoko oceniono również znaczenie *ściślej współpracy branży turystycznej z placówkami edukacyjnymi o profilu turystycznym* (71%) oraz *podnoszenie kompetencji kadry dydaktycznej poprzez szkolenia i warsztaty dla nauczycieli i wykładowców* (68%).

Ponad połowa respondentów podkreśla *potrzebę regularnych spotkań i konsultacji środowiska branżowego* (54%) oraz *współpracy z pracodawcami przy definiowaniu kluczowych kompetencji pracowników usług turystycznych* - 41% (co wskazuje na oczekiwanie stałego dialogu między edukacją a rynkiem pracy). Istotne znaczenie przypisywane jest także *aktualizacji standardów kształcenia* (37%) oraz *tworzeniu platform wymiany doświadczeń dla pracodawców* (34%).

Niżej oceniono działania o charakterze bardziej selektywnym lub pośrednim, takie jak: *tworzenie programów uwzględniających nowe technologie* (27%), *szkolenia dla przedsiębiorców realizowane przez sektor edukacji* (22%) czy *promowanie kształcenia w turystyce we współpracy z organizacjami pracodawców* (17%). Najrzadziej wskazywano *bezpośredni udział przedsiębiorców w tworzeniu standardów kształcenia* (7%), co sugeruje, że branża w większym stopniu oczekuje systemowych zmian i realnej współpracy operacyjnej niż formalnego współtworzenia dokumentów programowych w placówkach edukacyjnych o profilu turystycznym.

Uczestników badania zapytano o formy współpracy przedsiębiorstw branży turystycznej z placówkami edukacyjnymi, zarówno te już realizowane, jak i deklarowane jako możliwe do podjęcia w przyszłości.

Wykres 4 Formy współpracy przedsiębiorstw branży turystycznej z placówkami edukacyjnymi – realizowane i deklarowane (N=41) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Wyniki pokazują, że współpraca branży turystycznej z sektorem edukacji koncentruje się przede wszystkim na działaniach praktycznych i bezpośrednim kontakcie z uczniami oraz studentami. Najczęściej realizowaną lub deklarowaną formą współpracy jest *organizacja praktyk zawodowych i staży* (78%), a także *organizowanie wizyt studyjnych w firmach* (73%), co potwierdza duże znaczenie uczenia się w realnym środowisku pracy.

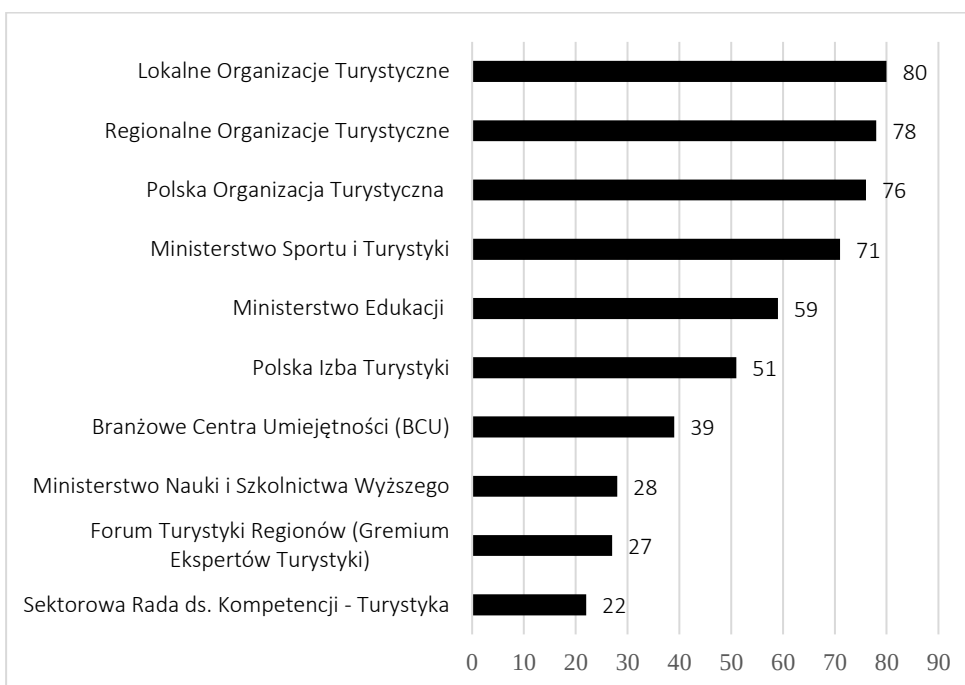
Ponad połowa respondentów wskazuje również na *udział przedstawicieli pracodawców w zajęciach dydaktycznych* (63%), co świadczy o otwartości branży na dzielenie się wiedzą praktyczną. Nieco rzadziej realizowane są

wspólne imprezy i wydarzenia promocyjne (49%) oraz projekty realizowane wspólnie z placówkami edukacyjnymi (46%).

Znacznie mniejsze znaczenie przypisywane jest *formalnemu zaangażowaniu pracodawców w kursy zawodowe (20%) oraz udziałowi w komisjach programowych i konsultacjach programów nauczania (15%),* co sugeruje, że współpraca ma częściej charakter operacyjny niż systemowy. Jednocześnie jedynie 2% badanych deklaruje *brak zainteresowania współpracą*, co potwierdza wysoki potencjał do dalszego rozwijania relacji między branżą turystyczną a sektorem edukacji.

Badanych przedstawicieli branży poproszono o wskazanie instytucji i organizacji postrzeganych jako kluczowi partnerzy współpracy w zakresie podnoszenia standardów pracy w turystyce.

Wykres 5 Instytucje i organizacje postrzegane jako kluczowi partnerzy współpracy z badanymi, w zakresie podnoszenia standardów pracy w turystyce (N=41) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Przedstawiciele branży najczęściej wskazują na organizacje systemu turystyki na poziomie lokalnym i regionalnym jako kluczowych partnerów współpracy w zakresie podnoszenia standardów pracy w branży. Najwyższy odsetek wskazań dotyczy *Lokalnych Organizacji Turystycznych* (80%), *Regionalnych Organizacji Turystycznych* (78%) oraz *Polskiej Organizacji Turystycznej* (76%), co podkreśla znaczenie struktur koordynujących rozwój turystyki i promocję na różnych poziomach zarządzania.

Wysoko oceniono również rolę *Ministerstwa Sportu i Turystyki* (71%) oraz *Ministerstwa Edukacji* (59%), wskazując na oczekiwanie wsparcia systemowego i regulacyjnego w obszarze jakości usług oraz kształcenia kadr. Ponad połowa respondentów dostrzega potencjał współpracy z *Polską Izbą Turystyki* (51%), co sugeruje znaczenie organizacji branżowych jako pośredników między administracją a przedsiębiorcami.

Znacznie rzadziej wskazywano instytucje o charakterze eksperckim i doradczym, takie jak *Branżowe Centra Umiejętności* (39%), *Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego* (28%), *Forum Turystyki Regionów* (27%) oraz *Sektorowa Rada ds. Kompetencji – Turystyka* (22%). Wyniki te pokazują, że branża turystyczna w większym stopniu identyfikuje potencjał współpracy z podmiotami operacyjnymi i administracyjnymi niż z ciałami doradczo-eksperskimi, mimo ich istotnej roli w długofalowym rozwoju standardów pracy.

5. WERYFIKACJA PYTAŃ I HIPOTEZ BADAWCZYCH

Przeprowadzone badania pozwoliły na osiągnięcie założonych celów badawczych. Umożliwiły one identyfikację opinii przedstawicieli branży turystycznej dotyczących stopnia przygotowania absolwentów szkół i uczelni o profilu turystycznym do pracy zawodowej, określenie najważniejszych kompetencji oczekiwanych przez pracodawców oraz wskazanie obszarów niedopasowania pomiędzy systemem kształcenia a aktualnymi i przyszłymi potrzebami rynku pracy.

Wyniki badań potwierdziły, że przedstawiciele branży turystycznej dostrzegają istotną lukę kompetencyjną pomiędzy efektami kształcenia a wymaganiami współczesnego rynku pracy. Szczególnie widoczne są niedobory wśród absolwentów szkół i uczelni w zakresie ich praktycznych umiejętności zawodowych, obsługi klienta, znajomości języków obcych oraz wykorzystywania nowoczesnych technologii i narzędzi cyfrowych.

Analiza uzyskanych odpowiedzi pozwala na pozytywną weryfikację przyjętych hipotez badawczych.

Hipoteza H1, zakładająca, że system kształcenia kadr turystycznych nie jest w pełni dostosowany do aktualnych potrzeb rynku pracy, została potwierdzona. Ponad połowa respondentów wskazała na konieczność dodatkowego szkolenia nowo zatrudnionych pracowników (51%) oraz brak programów przygotowujących do pracy w konkretnych segmentach rynku turystycznego (54%).

Hipoteza H2, dotycząca występowania istotnych braków kompetencyjnych wśród absolwentów szkół i uczelni turystycznych, również została potwierdzona. Przedstawiciele branży najczęściej wskazywali

na niedostateczne kompetencje w zakresie obsługi klienta (78%), praktycznych umiejętności zawodowych (68%), znajomości języków obcych (68%) oraz prowadzenia dokumentacji służbowej (61%).

Hipoteza H3, zgodnie z którą kompetencje praktyczne, cyfrowe i językowe będą odgrywać coraz większą rolę w rozwoju sektora turystycznego, została w pełni potwierdzona. Respondenci uznali, że w najbliższych latach największego znaczenia nabiorą kompetencje cyfrowe (85%), znajomość języków obcych (85%), umiejętność obsługi nowych segmentów rynku (66%) oraz kompetencje związane z turystyką zrównoważoną (56%).

Hipoteza H4, zakładająca, że rozwój współpracy pomiędzy branżą turystyczną a instytucjami edukacyjnymi może przyczynić się do lepszego przygotowania przyszłych pracowników, również została potwierdzona. Respondenci wskazali na potrzebę dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku (83%), wzmacniania współpracy branży z placówkami edukacyjnymi (71%) oraz podnoszenia kompetencji kadry dydaktycznej (68%).

Przeprowadzone badania ujawniły ponadto wyraźną zależność pomiędzy oczekiwaniami pracodawców a koniecznością zwiększenia praktycznego wymiaru kształcenia. Przedsiębiorcy podkreślają znaczenie praktyk i staży zawodowych, wizyt studyjnych oraz bezpośredniego udziału przedstawicieli branży w procesie dydaktycznym. Jednocześnie zwracają uwagę na rosnące znaczenie kompetencji miękkich, językowych i cyfrowych, które stają się kluczowymi determinantami konkurencyjności przyszłych pracowników sektora turystycznego.

6. WNIOSKI I REKOMENDACJE

6.1. Najważniejsze wnioski

Przeprowadzone badania wskazują, że:

- rynek badanych podmiotów turystycznych jest zdominowany przez hotelarstwo i usługi noclegowe (46%), gastronomię (24%) oraz branżę HoReCa (22%), co potwierdza koncentrację sektora na podstawowych usługach obsługi ruchu turystycznego;
- za kluczowe kompetencje miękkie uznano komunikatywność (90%) oraz empatyczne podejście do ludzi (83%), a także łatwość nawiązywania relacji (68%), pracę zespołową (66%), budowanie dobrej atmosfery (63%) i radzenie sobie ze stresem (61%); kompetencje decyzyjne i organizacyjne uzyskały znacznie niższe wskazania (12–15%);
- przy zatrudnianiu nowych pracowników największe znaczenie ma znajomość języków obcych (80%), umiejętność budowania relacji z klientami (76%) oraz znajomość zasad etyki zawodowej (66%), przy jednoczesnym rosnącym znaczeniu kompetencji gastronomicznych (63%) i kontaktów z mediami i klientami (51%);
- w perspektywie najbliższych lat na znaczeniu najbardziej zyskiwać będą kompetencje cyfrowe w turystyce (85%) oraz znajomość języków obcych (85%), a także obsługa nowych segmentów i rynków turystów (po 66%), turystyka zrównoważona (56%) i prawo w turystyce (54%);
- najczęściej wskazywane braki u młodych kandydatów dotyczą obsługi klienta (78%), znajomości języków obcych na poziomie zawodowym (68%)

oraz praktycznych umiejętności zawodowych (68%), a także prowadzenia korespondencji i dokumentacji służbowej (61%) i znajomości systemów branżowych (49%);

- kluczowe problemy w kształceniu kadr wynikają z braku nowoczesnych narzędzi i technologii w edukacji (66%), niedoboru wykwalifikowanych pracowników, niewystarczającego przygotowania praktycznego absolwentów oraz braku atrakcyjnych ofert edukacyjnych (po 61%);

- ponad połowa respondentów wskazuje na niski poziom rozwoju kwalifikacji zawodowych pracowników (51%) oraz konieczność dodatkowego szkolenia nowo zatrudnionych mimo ukończenia kierunków turystycznych (51%), a także brak programów przygotowujących do pracy w konkretnych segmentach rynku (54%);

- najważniejszym kierunkiem działań jest dostosowanie ofert edukacyjnych do potrzeb rynku pracy (83%), wzmocnienie współpracy branży z placówkami edukacyjnymi (71%) oraz szkolenia i rozwój kompetencji kadry dydaktycznej (68%).

- współpraca branży z edukacją ma głównie charakter praktyczny: praktyki i staże (78%), wizyty studyjne (73%) oraz udział pracodawców w zajęciach dydaktycznych (63%), przy znacznie mniejszym zaangażowaniu w komisje programowe (15%) i kursy zawodowe (20%).

- jako kluczowych partnerów w podnoszeniu standardów pracy w turystyce wskazano Lokalne Organizacje Turystyczne (80%), Regionalne Organizacje Turystyczne (78%), Polską Organizację Turystyczną (76%), Ministerstwo Sportu i Turystyki (71%) oraz Ministerstwo Edukacji (59%), natomiast mniejsze znaczenie przypisano instytucjom eksperckim, takim jak Branżowe Centra Umiejętności (39%) czy Sektorowa Rada ds. Kompetencji – Turystyka (22%).

6.2. Rekomendacje dla branży turystycznej

Rozszerzenie współpracy z placówkami edukacyjnymi poprzez zwiększenie liczby praktyk, staży zawodowych, wizyt studyjnych oraz wspólnych projektów realizowanych przez przedsiębiorców i szkoły.

- 1) Wzmocnienie udziału przedstawicieli branży w tworzeniu programów nauczania, tak aby lepiej odpowiadały one aktualnym potrzebom rynku pracy oraz zmianom zachodzącym w sektorze turystycznym.
- 3) Zwiększenie nacisku na rozwój kompetencji praktycznych, cyfrowych i językowych przyszłych pracowników, ze szczególnym uwzględnieniem obsługi nowoczesnych technologii i systemów branżowych.
- 4) Rozwijanie szkoleń i programów mentoringowych skierowanych do uczniów, studentów i nowo zatrudnionych pracowników, umożliwiających szybsze zdobywanie doświadczenia zawodowego.
- 5) Wspieranie rozwoju kompetencji miękkich, takich jak komunikatywność, empatia, współpraca zespołowa i umiejętność budowania relacji z klientami.
- 6) Aktywniejsze zaangażowanie przedsiębiorców w proces kształcenia, m.in. poprzez udział w komisjach programowych, prowadzenie zajęć eksperckich oraz organizację kursów zawodowych.
- 7) Promowanie nowoczesnego i atrakcyjnego wizerunku pracy w turystyce, uwzględniającego możliwości rozwoju zawodowego, wykorzystanie nowych technologii oraz funkcjonowanie w środowisku międzynarodowym.

BIBLIOGRAFIA

Branżowe Centra Umiejętności, Ministerstwo Edukacji

<https://www.gov.pl/web/edukacja/branzowe-centra-umiejtnosci>

Dokumenty strategiczne województw (16). Strategie rozwoju turystyki oraz inne dokumenty programowe samorządów wojewódzkich w Polsce, opracowane i obowiązujące w poszczególnych województwach, 2026

European Parliament, <https://www.europarl.europa.eu/portal/en>

Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2012-2020, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2012

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

<https://www.gov.pl/web/nauka>

Ministerstwo Sportu i Turystyki

<https://www.gov.pl/web/sport/departament-turystyki2021.com>

Strategia zarządzania zintegrowaną komunikacją marketingową w turystyce do roku 2030, Przyptyw podnosi wszystkie łódzie, Polska Organizacja Turystyki, Warszawa 2023

UNWTO, <https://www.untourism.int/un-tourism-education>

UNWTO, TOURISM IN THE 2030 AGENDA, 2015

<https://www.unwto.org/tourism-in-2030-Agenda>

SPIS TABEL

Tabela 1 Treść zapisów z dokumentów strategicznych 16 województw, odnoszących się planowanych działań w zakresie edukacji kadr dla turystyki	14
Tabela 2 Główny profil działalności badanych firm (N=41) (%)	22
Tabela 3 Kluczowe kompetencje miękkie pracowników rynku usług turystycznych w opinii przedstawicieli branży (N=41) (%)	23
Tabela 4 Najważniejsze kompetencje zawodowe przy zatrudnianiu nowych pracowników w branży turystycznej (N=41) (%)	24
Tabela 5 Najistotniejsze wyzwania i problemy związane z kształceniem nowych kadr w branży turystycznej w opinii przedstawicieli branży (N=41) (%)	29
Tabela 6 Najważniejsze i najbardziej potrzebne działania wobec sektora edukacji na rzecz dostosowania kształcenia do potrzeb rynku pracy w turystyce, wskazane przez badanych (N=41) (%)	32

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1 Miejscowości w których działają przedstawiciele branży _____	21
Wykres 2 Kompetencje i kwalifikacje pracowników turystyki, które będą zyskiwać na znaczeniu w najbliższych latach według badanych (N=41) (%) _____	27
Wykres 3 Obszary wiedzy i umiejętności niedostatecznie rozwinięte u młodych kandydatów do pracy w branży turystycznej, wskazane przez badanych (N=41) (%) _____	28
Wykres 4 Formy współpracy przedsiębiorstw branży turystycznej z placówkami edukacyjnymi – realizowane i deklarowane (N=41) (%) _____	34
Wykres 5 Instytucje i organizacje postrzegane jako kluczowi partnerzy współpracy z badanymi, w zakresie podnoszenia standardów pracy w turystyce (N=41) (%) _____	35

Załącznik 1- Kwestionariusz ankiety

ANKIETA DLA PRZEDSTAWICIELI BRANŻY TURYSTYCZNEJ

<https://forms.office.com/e/7be7z2msLj>

Szanowni Państwo, zwracam się z prośbą o udział w badaniu dotyczącym relacji między rynkiem pracy w sektorze turystyki a systemem edukacji, mającym na celu identyfikację luk kompetencyjnych między potrzebami pracodawców a programami kształcenia. Wyniki posłużą do opracowania rekomendacji dla Ministerstwa Edukacji Narodowej oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki w zakresie dostosowania edukacji turystycznej do aktualnych i przyszłych potrzeb rynku pracy oraz wzmocnienia współpracy szkół, uczelni i branży. Będą one również podstawą do dalszych analiz i opracowania strategii rozwoju kształcenia zawodowego w turystyce. Zgoda na udział w badaniu jest całkowicie dobrowolna. Dane zebrane w trakcie badania będą wykorzystane wyłącznie do celów naukowych i analizy statystycznej. Zapewniam, że wszelkie informacje zostaną traktowane jako poufne i nie będą wykorzystywane w sposób umożliwiający identyfikację poszczególnych respondentów.

Z góry dziękuję Państwu za poświęcony czas i udział w badaniu.

Dr hab. Dariusz Jacek Olszewski-Strzyżowski, prof. AWFIS Gdańsk

1) JAKI JEST GŁÓWNY PROFIL DZIAŁALNOŚCI PAŃSTWA FIRMY?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Agroturystyka
- ☐ Biuro podróży – organizator usług turystycznych
- ☐ Branża HoReCa
- ☐ Ekoturystyka
- ☐ Gastronomia
- ☐ Hotelarstwo, usługi noclegowe
- ☐ Oferta eventowa
- ☐ Oferta LGBTQ
- ☐ Oferta Wellness & SPA
- ☐ Przemysł spotkań – turystyka biznesowa – MICE
- ☐ Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek
- ☐ Rekreacja i rozrywka
- ☐ Turystyka medyczna
- ☐ Turystyka militarna
- ☐ Turystyka wiejska
- ☐ Turystyka zdrowotna, uzdrowiskowa, sanatoria
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

2) JAKIE KOMPETENCJE MIĘKKIE PRACOWNIKÓW SĄ WEDŁUG PAŃSTWA NAJBARDZIEJ POŻĄDANE NA DZISIEJSZYM RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Asertywność
- ☐ Empatyczne podejście do ludzi
- ☐ Inteligencja emocjonalna
- ☐ Komunikatywność
- ☐ Kreatywność
- ☐ Łatwość nawiązywania pozytywnych relacji interpersonalnych
- ☐ Orientacja na klienta
- ☐ Otwartość i życzliwość wobec innych osób
- ☐ Radzenie sobie ze stresem

- ☐ Samodzielność i inicjatywa
- ☐ Umiejętności negocjacyjne
- ☐ Umiejętność adaptacji do sytuacji
- ☐ Umiejętność budowania dobrej atmosfery w kontaktach międzyludzkich
- ☐ Umiejętność pracy pod presją czasu
- ☐ Umiejętność pracy w zespole
- ☐ Umiejętność radzenia sobie z sytuacjami trudnymi, konfliktami
- ☐ Umiejętność rozwiązywania problemów
- ☐ Umiejętność zarządzania czasem
- ☐ Wnioskowanie, negocjacje i podejmowanie decyzji
- ☐ Współpraca/współdziałanie z innymi osobami w zespole
- ☐ Zarządzanie ludźmi
- ☐ Zorientowanie na obsługę klienta
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

3) JAKIE KOMPETENCJE ZAWODOWE SĄ DLA PAŃSTWA NAJWAŻNIEJSZE PRZY ZATRUDNIANIU NOWYCH PRACOWNIKÓW?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Animowanie czasu wolnego (wszystkich grup wiekowych lub wybranych segmentów: dzieci, dorosłych, seniorów, turystów z niepełnosprawnościami)
- ☐ Bezpieczeństwo w rekreacji i rozrywce
- ☐ Bezpiecznym administrowaniu danymi (RODO)
- ☐ Budowanie i utrzymywanie relacji z klientami
- ☐ Doradztwo w zakresie podróży
- ☐ Doradztwo w zakresie zdrowego żywienia
- ☐ Kompetencje w zakresie wykorzystywania technologii cyfrowych w promocji ofert turystycznych.
- ☐ Koordynowaniu eventów
- ☐ Monitorowanie rynków i zarządzanie ceną
- ☐ Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z mediami i klientami
- ☐ Organizacja i zarządzanie bezpieczeństwem imprez turystycznych

- ☐ Organizacja wydarzeń turystycznych
- ☐ Organizowanie usług Wellness & SPA
- ☐ Personalizacja i profesjonalizacja usług turystycznych (np. w zakresie dostarczaniu turystyce odpowiednich, unikatowych doznań (tzw. „ekonomia doświadczeń”)
- ☐ Prowadzenie animacji czasu wolnego
- ☐ Prowadzeniu promocji w mediach społecznościowych
- ☐ Prowadzeniu sprzedaży usług turystycznych z wykorzystaniem komunikacji internetowej
- ☐ Sprawne posługiwanie się systemami rezerwacyjnymi, aplikacjami mobilnymi i narzędziami online wspierającymi usługi turystyczne, wdrażanie innowacyjnych produktów/usług
- ☐ Szybkość realizacji usług Umiejętność obsługi grup specjalistycznych (np. turystyki kulturowej, aktywnej, medycznej itp.)
- ☐ Tworzenie, kształtowanie i promocja nowych produktów turystycznych
- ☐ Udzielaniu konsultacji turystycznej w hotelu (konsjerż)
- ☐ Umiejętności gastronomiczne / kucharskie
- ☐ Umiejętności z zakresu obsługi klienta i komunikacji interpersonalnej
- ☐ Umiejętności zarządzania i planowania w branży turystycznej
- ☐ Umiejętność analizowania i monitoring rynku sprzedaży internetowej
- ☐ Umiejętność organizacji imprez turystycznych
- ☐ Umiejętność obsługi kongresów i konferencji
- ☐ Umiejętność obsługi mediów społecznościowych (np. Instagram)
- ☐ Umiejętność pisanie blogów i działalności w mediach społecznościowych
- ☐ Umiejętność planowania/organizowania i kalkulacji imprez turystycznych
- ☐ Umiejętność pozyskiwania sponsorów
- ☐ Umiejętność pozyskiwania środków, grantów na organizację imprez z różnych źródeł (m.in. dofinansowanie ze strony jst, fundusze UE)
- ☐ Umiejętność wdrażania i obsługi nowych programów komputerowych, aplikacji Bezpieczeństwo danych
- ☐ Umiejętność wdrażania innowacyjnych produktów/usług

- ☐ Umiejętność wykorzystania nowych technologii (m.in. audio-przewodniki, aplikacje, itp.)
- ☐ Umiejętność zapewnienia turystom opieki, bezpieczeństwa i komfortu pobytu
- ☐ Umiejętność zarządzania projektami
- ☐ Wdrażanie innowacyjnych produktów/usług
- ☐ Wiedza z zakresu turystyki zdrowotnej
- ☐ Współpraca z kontrahentami / kooperantami
- ☐ Wyszukiwanie nowych kanałów promocji
- ☐ Zarządzanie sprzedażą usług rekreacyjnych i rozrywkowych
- ☐ Znajomość aktualnych trendów gastronomicznych
- ☐ Znajomość języków obcych na poziomie dobrym
- ☐ Znajomość metod i technik obsługi ruchu turystycznego
- ☐ Znajomość metod i technik organizacji oraz obsługi imprez w sektorze rekreacji i rozrywki
- ☐ Znajomość metod i technik sprzedaży usług branży MICE
- ☐ Znajomość najnowszych zjawisk i trendów zachodzących na rynku usług biur podróży
- ☐ Znajomość narzędzi graficznych do przygotowywania materiałów promocyjnych i ofertowych
- ☐ Znajomość nowoczesnych metod, technik i narzędzi marketingowych
- ☐ Znajomość standardów hotelarskich
- ☐ Znajomość zasad etyki zawodowej w turystyce
- ☐ Znajomość zasad i narzędzi public relations
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

4) JAKIE KWALIFIKACJE LUB KOMPETENCJE PRACOWNIKÓW TURYSTYKI BĘDĄ, WEDŁUG PAŃSTWA, ZYSKIWAĆ NA ZNACZENIU W CIĄGU NAJBLIŻSZYCH LAT? (można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Cyfrowe kompetencje w turystyce (np. AI, CRM, rezerwacje)
- ☐ Języki obce
- ☐ Multikulturowość
- ☐ Obsługa klienta premium
- ☐ Obsługa nowych segmentów turystów
- ☐ Obsługa turystów z nowych rynków
- ☐ Wiedza z zakresu turystyki zrównoważonej
- ☐ Zarządzanie projektami turystycznymi
- ☐ Znajomość prawa w turystyce
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

5) JAKIE OBSZARY WIEDZY LUB UMIEJĘTNOŚCI SĄ OBECNIE NAJCZĘŚCIEJ NIEDOSTATECZNIE ROZWINIĘTE U MŁODYCH KANDYDATÓW DO PRACY? (można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Praktyczne umiejętności zawodowe
- ☐ Umiejętność obsługi klienta
- ☐ Umiejętność obsługi podstawowych programów komputerowych (np. Excel, Word, PowerPoint)
- ☐ Umiejętność prowadzenia korespondencji służbowej i tworzenia dokumentów
- ☐ Wiedza o rynku turystycznym
- ☐ Znajomość branżowych systemów i narzędzi
- ☐ Znajomość branży i realiów rynku pracy
- ☐ Znajomość języków obcych na poziomie zawodowym
- ☐ Znajomość nowoczesnych narzędzi i technologii wykorzystywanych w branży (np. systemy rezerwacyjne, aplikacje branżowe)
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

6) JAKIE WYZWANIA I PROBLEMY ZWIĄZANE Z KSZTAŁCENIEM NOWYCH KADR TURYSTYCZNYCH UWAŻAJĄ PAŃSTWO ZA NAJISTOTNIEJSZE?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Brak atrakcyjnych ofert edukacyjnych z zakresu szeroko pojętych zagadnień związanych z turystyką, dla młodych ludzi
- ☐ Brak jest badań lub analiz dotyczących kształcenia zawodowego i ogólnego oraz potrzeb rynku pracy w branży turystycznej
- ☐ Brak jest nowoczesnych narzędzi i technologii w kształceniu zawodowym w placówkach edukacyjnych
- ☐ Brak jest odpowiedniej liczby wykwalifikowanych pracowników w branży turystycznej
- ☐ Brak jest pracowników posiadających odpowiednie przygotowanie praktyczne po ukończeniu szkoły lub uczelni o profilu turystycznym.
- ☐ Brak jest współpracy z innymi instytucjami i organizacjami (poza szkołami i uczelniami) związanymi z kształceniem turystycznym
- ☐ Brak jest współpracy z innymi instytucjami i organizacjami (poza szkołami i uczelniami) związanymi z rozwojem turystyki (m.in. MSiT, MNiSW, ME, POT, ROT, LOT, jst itp.)
- ☐ Brak wystarczającej współpracy sektora nauki (szkoły i uczelnie wyższe o profilu turystycznym) a branżą turystyczną
- ☐ Brakuje dostępnych na rynku szkoleń rozwijających kompetencje miękkie pracowników (np. komunikacja, praca zespołowa, radzenie sobie w sytuacjach stresowych).
- ☐ Brakuje dostępnych szkoleń zawodowych dopasowanych do rzeczywistych potrzeb pracowników branży turystycznej.
- ☐ Brakuje programów kształcenia, które przygotowują młodych ludzi do pracy w konkretnych segmentach rynku (np. turystyka biznesowa, eventowa, zdrowotna).
- ☐ Dostosowanie edukacji do potrzeb rynku pracy.
- ☐ Firma nie otrzymuje propozycji współpracy ze strony szkół i uczelni turystycznych.
- ☐ Istnieje niewielkie zainteresowanie młodzieży kształceniem zawodowym i wyższym w zakresie turystyki

- ☐ Na poziomie lokalnym lub regionalnym brakuje wsparcia instytucjonalnego dla rozwoju kształcenia zawodowego w turystyce.
- ☐ Nowo zatrudnione osoby często nie posiadają podstawowej wiedzy o strukturze i funkcjonowaniu współczesnego rynku turystycznego.
- ☐ Nowo zatrudnione osoby wymagają dodatkowego przeszkolenia mimo ukończonego kierunku związanego z turystyką.
- ☐ Szkoły i uczelnie nie oferują wystarczającej liczby godzin zajęć praktycznych w programach nauczania.
- ☐ W firmie występuje rotacja pracowników spowodowana brakiem możliwości rozwoju zawodowego.
- ☐ Współpraca z placówkami edukacyjnymi (szkołami, uczelniami) w zakresie praktyk lub staży jest niewystarczająca lub nieefektywna.
- ☐ Z powodu niedopasowania kompetencji absolwentów szkół i uczelni do potrzeb firmy, konieczne jest wdrażanie własnych programów szkoleniowych.
- ☐ Zatrudniani pracownicy mają problemy z obsługą podstawowych narzędzi cyfrowych wykorzystywanych w turystyce (np. systemów rezerwacyjnych, CRM).
- ☐ Zauważalny jest niski rozwój kwalifikacji zawodowych pracowników branży turystycznej
- ☐ Zmiany na rynku usług turystycznych za sprawą sytuacji geopolitycznej w Europie (np. wojna na Ukrainie), była pandemia COVID'19, sztuczna inteligencja itp.
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

7) JAKIE DZIAŁANIA SKIEROWANE DO SEKTORA EDUKACJI UWAŻAJĄ PAŃSTWO ZA NAJWAŻNIEJSZE I NAJBARDZIEJ POTRZEBNE W NAJBLIŻSZYCH LATACH? (można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Dalsze rozwijanie i aktualizowanie standardów kształcenia w placówkach edukacyjnych o profilu turystycznym
- ☐ Dostosowanie ofert edukacyjnych do zmieniających się potrzeb rynku pracy

- ☐ Organizacja szkoleń i warsztatów dla nauczycieli, pracowników edukacji i wykładowców w celu poprawy jakości nauczania i wdrożenia nowych metod dydaktycznych
- ☐ Organizowanie szkoleń i warsztatów dla przedsiębiorców w zakresie kształcenia zawodowego i zarządzania zasobami ludzkimi, realizowanych przez sektor edukacji
- ☐ Podejmowanie systemowych rozwiązań w zakresie przeciwdziałania zjawiska odchodzenia pracowników z turystyki do innych zawodów
- ☐ Regularne spotkania i konsultacje branży turystycznej w celu dostosowania działań do potrzeb rynku pracy
- ☐ Stworzenie platformy internetowej dla pracodawców z branży turystycznej, umożliwiającej wymianę doświadczeń i dobrych praktyk związanych z kształceniem w zakresie turystyki
- ☐ Stworzenie programów szkoleniowych i kursów uwzględniających nowe technologie i trendy w branży turystycznej
- ☐ Udział przedsiębiorców w procesie tworzenia standardów kształcenia i programów nauczania w celu dopasowania ofert edukacyjnych do potrzeb rynku pracy w turystyce
- ☐ Współpraca branży turystycznej z placówkami edukacyjnymi o profilu turystycznym
- ☐ Współpraca z instytucjami rynku pracy w celu zapewnienia staży i praktyk dla uczniów i studentów kierunków turystycznych
- ☐ Współpraca z organizacjami pracodawców z branży turystycznej w celu promowania kształcenia w turystyce
- ☐ Współpraca z pracodawcami z branży turystycznej w celu określenia najważniejszych umiejętności i kompetencji wymaganych od pracowników usług turystycznych
- ☐ Współpraca z uczelniami i instytucjami edukacyjnymi w celu opracowania nowych programów nauczania zgodnych z aktualnymi potrzebami rynku pracy
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

8) JAKIE FORMY WSPÓŁPRACY Z PLACÓWKAMI EDUKACYJNYMI REALIZUJĄ PAŃSTWO LUB SĄ GOTOWI REALIZOWAĆ?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Organizacja praktyk zawodowych i staży dla uczniów/studentów
- ☐ Organizowanie wizyt studyjnych w swoich firmach dla uczniów i studentów
- ☐ Realizowanie wspólnych imprez i wydarzeń promocyjnych
- ☐ Realizowanie wspólnych projektów
- ☐ Udział przedstawiciela pracodawców w komisjach programowych/ w konsultacjach w ramach programów nauczania
- ☐ Udział przedstawiciela pracodawców w kursach zawodowych realizowanych przez placówki edukacyjne
- ☐ Udział przedstawiciela pracodawców w zajęciach dydaktycznych w szkołach/uczelniach
- ☐ Brak zainteresowania współpracą
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...

9) Z JAKIMI INSTYTUCJAMI/PODMIOTAMI/ORGANIZACJAMI WIDZIELIBY PAŃSTWO MOŻLIWOŚĆ WSPÓŁPRACY W ZAKRESIE PODNOSZENIA STANDARDÓW PRACY W TURYSTYCE?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Branżowe Centra Umiejętności (BCU)
- ☐ Forum Turystyki Regionów (Gremium Ekspertów Turystyki)
- ☐ Ministerstwo Edukacji
- ☐ Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego
- ☐ Ministerstwo Sportu i Turystyki
- ☐ Polska Izba Turystyki
- ☐ Polska Organizacja Turystyczna
- ☐ Regionalne Organizacje Turystyczne
- ☐ Lokalne Organizacje Turystyczne
- ☐ Sektorowa Rada ds. Kompetencji- Turystyka
- ☐ Inne (proszę opisać jakie)...