

RAPORT V

KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH A POTRZEBY RYNKU PRACY

- perspektywa uczniów i studentów
kierunków turystycznych
wobec edukacji turystycznej



BCU
TURYSTYKA
BRANŻOWE CENTRUM UMIEJĘTNOŚCI

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	8
1.3.3. ROLA INSTYTUCJI PUBLICZNYCH W KSZTAŁCENIU KADR TURYSTYCZNYCH	9
1.3.4. KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH W DOKUMENTACH STRATEGICZNYCH	9
WOJEWÓDZTW	12
2. METODYKA BADAŃ	16
2.1. CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU BADAWCZEGO	16
2.2. ZASTOSOWANE NARZĘDZIA BADAWCZE	16
2.3. PYTANIA BADAWCZE	17
2.4. HIPOTEZY BADAWCZE	18
2.5. ORGANIZACJA I PRZEBIEG BADAŃ	19
3. TŁO TEORETYCZNE I INSTYTUCJONALNE	20
4. WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH	22
4.1. ANALIZA ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW	22
5. WERYFIKACJA PYTAŃ I HIPOTEZ BADAWCZYCH	57
6. WNIOSKI I REKOMENDACJE	59
6.1. NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI	59
6.2. REKOMENDACJE DLA UCZNIÓW I STUDENTÓW KIERUNKÓW TURYSTYCZNYCH	62
SPIS TABEL	66
SPIS WYKRESÓW	67

WSTĘP

Współczesna turystyka należy do sektorów gospodarki podlegających intensywnym przemianom społecznym, technologicznym i organizacyjnym. Dynamiczny rozwój nowych form podróżowania, postępująca cyfryzacja usług, rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz zmieniające się oczekiwania turystów powodują wzrost zapotrzebowania na wysoko wykwalifikowane kadry posiadające zarówno wiedzę specjalistyczną, jak i rozwinięte kompetencje społeczne, językowe oraz cyfrowe.

W tych warunkach szczególnego znaczenia nabiera system edukacji turystycznej, którego zadaniem jest przygotowanie przyszłych pracowników do funkcjonowania na coraz bardziej konkurencyjnym i wymagającym rynku pracy. Szkoły i uczelnie o profilu turystycznym odgrywają kluczową rolę w procesie kształtowania kompetencji zawodowych, rozwijania umiejętności praktycznych oraz budowania postaw niezbędnych do pracy w sektorze usług turystycznych.

Jednocześnie obserwowane przemiany rynku pracy rodzą pytania dotyczące stopnia dostosowania programów nauczania do aktualnych potrzeb branży, skuteczności współpracy pomiędzy instytucjami edukacyjnymi a przedsiębiorstwami turystycznymi oraz poziomu przygotowania absolwentów do podejmowania aktywności zawodowej. Szczególnego znaczenia nabiera poznanie opinii samych uczniów i studentów, którzy są bezpośrednimi uczestnikami procesu kształcenia i przyszłymi pracownikami sektora turystycznego.

Niniejszy Raport stanowi próbę diagnozy systemu edukacji turystycznej z perspektywy uczniów i studentów kierunków turystycznych. Opracowanie

prezentuje ich opinie dotyczące jakości kształcenia, zakresu rozwijanych kompetencji, współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną, a także najważniejszych wyzwań stojących przed współczesnym szkolnictwem turystycznym.

1. ZAŁOŻENIA PROJEKTU BADAWCZEGO

1.1. Cel projektu

Celem Raportu jest diagnoza systemu edukacji turystycznej poprzez analizę opinii uczniów i studentów kierunków turystycznych na temat jakości kształcenia, zakresu rozwijanych kompetencji oraz stopnia dostosowania programów nauczania do potrzeb współczesnego rynku pracy.

Szczególną uwagę poświęcono identyfikacji kompetencji miękkich i zawodowych rozwijanych w procesie edukacji, ocenie praktycznego wymiaru kształcenia oraz analizie współpracy szkół i uczelni z przedstawicielami branży turystycznej. Badanie objęło również ocenę przygotowania instytucji edukacyjnych do rozwijania kompetencji związanych z nowymi technologiami, cyfryzacją usług turystycznych oraz funkcjonowaniem w środowisku międzynarodowym.

Istotnym elementem opracowania jest także rozpoznanie najważniejszych obszarów wymagających zmian i doskonalenia z perspektywy osób kształcących się na kierunkach turystycznych. Wyniki badań pozwalają określić mocne strony współczesnego szkolnictwa turystycznego, a także wskazać działania mogące przyczynić się do lepszego przygotowania przyszłych kadr dla sektora turystyki.

Uzyskane rezultaty stanowią podstawę do sformułowania rekomendacji dotyczących rozwoju edukacji turystycznej, wzmacniania współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz podnoszenia jakości przygotowania zawodowego uczniów i studentów.

1.2. Uzasadnienie podjęcia badań

Podjęcie badań wynika z potrzeby pogłębionej analizy funkcjonowania systemu edukacji turystycznej w warunkach dynamicznych przemian zachodzących na rynku pracy. Rozwój technologii cyfrowych, zmiany preferencji turystów, rosnąca konkurencja pomiędzy przedsiębiorstwami oraz wzrost znaczenia turystyki zrównoważonej powodują konieczność ciągłego dostosowywania programów nauczania do nowych wyzwań społeczno-gospodarczych.

Szczególnie istotne staje się poznanie opinii uczniów i studentów, którzy są bezpośrednimi uczestnikami procesu kształcenia i jednocześnie przyszłymi pracownikami branży turystycznej. Ich doświadczenia pozwalają na identyfikację mocnych stron szkolnictwa turystycznego, ocenę skuteczności stosowanych metod dydaktycznych oraz wskazanie obszarów wymagających dalszego rozwoju.

Przeprowadzone badania umożliwiają ocenę stopnia przygotowania młodych ludzi do funkcjonowania na współczesnym rynku pracy, określenie poziomu rozwijanych kompetencji oraz identyfikację oczekiwań dotyczących współpracy szkół i uczelni z przedstawicielami branży turystycznej.

Uzyskane wyniki mogą stanowić cenne źródło informacji dla instytucji edukacyjnych, przedsiębiorców, organizacji branżowych oraz podmiotów odpowiedzialnych za kształtowanie polityki edukacyjnej i rynku pracy. Ich wykorzystanie może przyczynić się do podnoszenia jakości kształcenia, ograniczania luki kompetencyjnej oraz wzmacniania konkurencyjności polskiej turystyki.

1.3. Uwarunkowania rozwoju kadr turystycznych

1.3.1. Znaczenie kapitału ludzkiego dla rozwoju turystyki

Rozwój kadr turystycznych jest procesem wielowymiarowym, zależnym od czynników społecznych, gospodarczych, technologicznych i instytucjonalnych. Współczesny rynek turystyczny wymaga od pracowników nie tylko specjalistycznej wiedzy zawodowej, lecz także umiejętności adaptacji do zmieniających się warunków, gotowości do ciągłego doskonalenia kompetencji oraz zdolności do funkcjonowania w środowisku międzynarodowym i międzykulturowym.

Na proces kształcenia kadr turystycznych wpływają między innymi postępująca cyfryzacja usług, rozwój nowych technologii, zmiany demograficzne, rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz zwiększająca się mobilność społeczeństwa. Coraz większego znaczenia nabierają również kompetencje związane z wykorzystaniem narzędzi informatycznych, obsługą systemów rezerwacyjnych, marketingiem internetowym oraz komunikacją z klientami pochodzącymi z różnych kultur.

Istotną rolę odgrywa także współpraca pomiędzy szkołami, uczelniami, przedsiębiorstwami turystycznymi, organizacjami branżowymi oraz instytucjami publicznymi. Partnerstwo tych podmiotów umożliwia lepsze dostosowanie programów kształcenia do potrzeb rynku pracy, zwiększenie liczby praktycznych form nauczania oraz skuteczniejsze przygotowanie absolwentów do podejmowania aktywności zawodowej.

Kapitał ludzki stanowi jeden z najważniejszych czynników determinujących rozwój współczesnej turystyki. Jakość świadczonych usług turystycznych, poziom satysfakcji klientów oraz konkurencyjność przedsiębiorstw w dużej mierze zależą od wiedzy, umiejętności i kompetencji osób zatrudnionych w sektorze.

W branży turystycznej szczególne znaczenie mają kompetencje interpersonalne, umiejętność budowania relacji z klientami, znajomość

języków obcych, zdolność pracy zespołowej oraz umiejętność wykorzystywania nowoczesnych technologii. Coraz większą rolę odgrywają również kreatywność, przedsiębiorczość oraz gotowość do uczenia się przez całe życie.

Wysokiej jakości kapitał ludzki wpływa nie tylko na efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, lecz także na rozwój regionów, wzrost atrakcyjności destynacji oraz budowanie przewagi konkurencyjnej gospodarki turystycznej. Z tego względu inwestowanie w edukację, rozwój kompetencji i doskonalenie systemu kształcenia należy uznać za jeden z podstawowych warunków długofalowego rozwoju turystyki.

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

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

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.

1.3.3. 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.

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, Przypływ podnosi wszystkie łódzie, Polska Organizacja Turystyki, Warszawa 2023, s.56

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

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: *„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-

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

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 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.

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

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

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.

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 . Ścisłe 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 został zrealizowany w celu poznania opinii uczniów i studentów kierunków turystycznych na temat jakości edukacji turystycznej oraz stopnia przygotowania instytucji edukacyjnych do kształcenia przyszłych kadr dla sektora turystycznego. Szczególną uwagę poświęcono ocenie zakresu rozwijanych kompetencji zawodowych i społecznych, współpracy szkół i uczelni z przedstawicielami branży turystycznej oraz dostosowania programów nauczania do potrzeb współczesnego rynku pracy.

Badanie objęło 290 respondentów reprezentujących różne typy szkół i uczelni prowadzących kształcenie o profilu turystycznym. W grupie badawczej znaleźli się zarówno uczniowie szkół jak i studenci studiów wyższych realizujący kształcenie na różnych poziomach edukacji.

Projekt miał charakter diagnostyczny i koncentrował się na identyfikacji mocnych stron współczesnej edukacji turystycznej oraz obszarów wymagających dalszego rozwoju. Uzyskane wyniki umożliwiają określenie kierunków zmian służących lepszemu przygotowaniu absolwentów do funkcjonowania na rynku pracy.

2.2. Zastosowane narzędzia badawcze

W badaniu zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety. Narzędzie badawcze zostało opracowane w celu diagnozy opinii uczniów i studentów kierunków turystycznych na temat jakości edukacji turystycznej oraz

stopnia przygotowania szkół i uczelni do kształcenia przyszłych kadr dla branży turystycznej.

Badanie przeprowadzono z wykorzystaniem platformy Microsoft Forms, która umożliwiła sprawne gromadzenie materiału empirycznego oraz dotarcie do respondentów reprezentujących różne typy szkół i uczelni zlokalizowanych w różnych częściach kraju.

Kwestionariusz ankiety składał się z 19 pytań zamkniętych i otwartych. Dotyczyły one między innymi oceny zgodności programów kształcenia z potrzebami rynku pracy, poziomu rozwijania kompetencji miękkich i zawodowych, współpracy szkół i uczelni z przedstawicielami branży turystycznej, monitorowania losów absolwentów oraz oczekiwanych kierunków zmian w edukacji turystycznej.

Zastosowane narzędzie badawcze pozwoliło na przeprowadzenie zarówno analizy ilościowej, jak i jakościowej, umożliwiając identyfikację najważniejszych problemów, potrzeb i oczekiwań respondentów wobec współczesnego systemu kształcenia turystycznego.

2.3. Pytania badawcze

Badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza obejmującego 19 pytań, których celem było rozpoznanie opinii uczniów i studentów kierunków turystycznych na temat jakości edukacji turystycznej oraz stopnia jej dostosowania do potrzeb współczesnego rynku pracy. Analizie poddano między innymi ocenę programów kształcenia, zakres rozwijanych kompetencji miękkich i zawodowych, a także poziom przygotowania respondentów do przyszłej aktywności zawodowej w sektorze turystycznym.

Badanie obejmowało również zagadnienia związane z praktycznym wymiarem kształcenia, wykorzystaniem nowoczesnych technologii i narzędzi informatycznych oraz przygotowaniem uczniów i studentów do obsługi klienta, organizacji usług turystycznych i funkcjonowania

w środowisku międzykulturowym. Podjęto ponadto próbę określenia, które kompetencje są obecnie rozwijane w największym stopniu, a które wymagają dalszego wzmocnienia.

Istotnym elementem badania była także analiza współpracy szkół i uczelni z przedsiębiorstwami turystycznymi, instytucjami publicznymi oraz organizacjami branżowymi. Uwzględniono formy tej współpracy, znaczenie praktyk i staży zawodowych, udział przedstawicieli branży w procesie kształcenia oraz kwestie związane z monitorowaniem losów absolwentów.

Ponadto podjęto próbę identyfikacji najważniejszych mocnych stron edukacji turystycznej oraz obszarów wymagających zmian. Respondenci mieli możliwość wskazania działań, które mogłyby przyczynić się do poprawy jakości kształcenia, zwiększenia jego praktycznego charakteru oraz lepszego przygotowania absolwentów do wymagań współczesnej branży turystycznej.

2.4. Hipotezy badawcze

Na potrzeby badania przyjęto następujące hipotezy badawcze:

H1. Uczniowie i studenci kierunków turystycznych pozytywnie oceniają stopień dostosowania realizowanych programów kształcenia do potrzeb współczesnego rynku pracy.

H2. Respondenci uznają, że szkoły i uczelnie skutecznie rozwijają podstawowe kompetencje miękkie i zawodowe, jednak dostrzegają potrzebę dalszego wzmocnienia praktycznego wymiaru edukacji.

H3. Zdaniem badanych największego znaczenia w najbliższych latach nabiorą kompetencje językowe, cyfrowe oraz umiejętności związane z wykorzystaniem nowych technologii w turystyce.

H4. Współpraca szkół i uczelni z branżą turystyczną jest oceniana pozytywnie, jednak jej zakres wymaga dalszego rozwoju i większego zaangażowania partnerów społeczno-gospodarczych.

H5. Respondenci oczekują większego powiązania procesu kształcenia z praktyką gospodarczą poprzez rozwijanie współpracy z przedsiębiorstwami, organizację praktyk i staży oraz zwiększenie udziału praktyków w procesie dydaktycznym.

2.5. Organizacja i przebieg badań

Badania przeprowadzono z wykorzystaniem metody sondażu diagnostycznego. Narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz ankiety, udostępniony respondentom w formie elektronicznej.

W badaniu uczestniczyło 290 uczniów i studentów kierunków turystycznych reprezentujących szkoły i uczelnie z różnych części Polski. Ankieta składała się z 19 pytań odnoszących się do jakości procesu kształcenia, zakresu rozwijanych kompetencji, współpracy instytucji edukacyjnych z branżą turystyczną oraz oceny przygotowania do przyszłej aktywności zawodowej.

Zebrany materiał badawczy poddano analizie ilościowej i jakościowej. Analiza odpowiedzi zamkniętych umożliwiła określenie dominujących opinii respondentów, natomiast analiza wypowiedzi otwartych pozwoliła na identyfikację najważniejszych oczekiwań, postulatów oraz ocen dotyczących funkcjonowania współczesnej edukacji turystycznej.

Uzyskane wyniki posłużyły do oceny stopnia dostosowania systemu kształcenia do potrzeb rynku pracy oraz do opracowania rekomendacji dotyczących dalszego rozwoju edukacji turystycznej.

3. TŁO TEORETYCZNE I INSTYTUCJONALNE

Współczesny sektor turystyczny należy do obszarów gospodarki podlegających dynamicznym przemianom społecznym, gospodarczym i technologicznym. Rosnąca konkurencja, postępująca cyfryzacja usług, zmieniające się oczekiwania turystów oraz rozwój nowych form aktywności powodują, że szczególnego znaczenia nabiera jakość kształcenia przyszłych kadr dla branży turystycznej.

Edukacja turystyczna stanowi jeden z kluczowych elementów warunkujących rozwój sektora turystyki. Jej zadaniem jest nie tylko przekazywanie wiedzy teoretycznej, lecz także rozwijanie kompetencji zawodowych, społecznych i organizacyjnych niezbędnych do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się środowisku pracy. Współczesny pracownik branży turystycznej powinien dysponować umiejętnościami związanymi z obsługą klienta, organizacją usług turystycznych, komunikacją międzykulturową, wykorzystaniem nowych technologii oraz pracą w zespołach interdyscyplinarnych.

Istotną rolę odgrywa również rozwijanie kompetencji cyfrowych, obejmujących obsługę systemów rezerwacyjnych, narzędzi marketingowych, mediów społecznościowych oraz nowoczesnych rozwiązań informatycznych wykorzystywanych w przedsiębiorstwach turystycznych. Coraz większego znaczenia nabierają także kompetencje językowe, przedsiębiorczość, kreatywność oraz zdolność adaptacji do zmieniających się warunków społeczno-gospodarczych.

Kluczowym elementem systemu edukacji turystycznej pozostaje współpraca szkół i uczelni z przedsiębiorstwami, organizacjami branżowymi

oraz instytucjami publicznymi. Partnerstwo pomiędzy sektorem edukacji i otoczeniem społeczno-gospodarczym umożliwia lepsze dostosowanie programów nauczania do potrzeb rynku pracy, rozwijanie praktycznych form kształcenia oraz skuteczniejsze przygotowanie absolwentów do wykonywania przyszłych obowiązków zawodowych.

W Polsce ważną rolę w procesie kształcenia i doskonalenia kompetencji turystycznych odgrywają między innymi Branżowe Centra Umiejętności oraz instytucje odpowiedzialne za politykę edukacyjną i rozwój turystyki.

W warunkach dynamicznych zmian zachodzących na rynku usług turystycznych szczególnego znaczenia nabiera systematyczna diagnoza jakości kształcenia oraz monitorowanie opinii uczniów i studentów. Pozwala to identyfikować najważniejsze wyzwania stojące przed edukacją turystyczną i dostosowywać proces kształcenia do potrzeb współczesnej gospodarki i społeczeństwa.

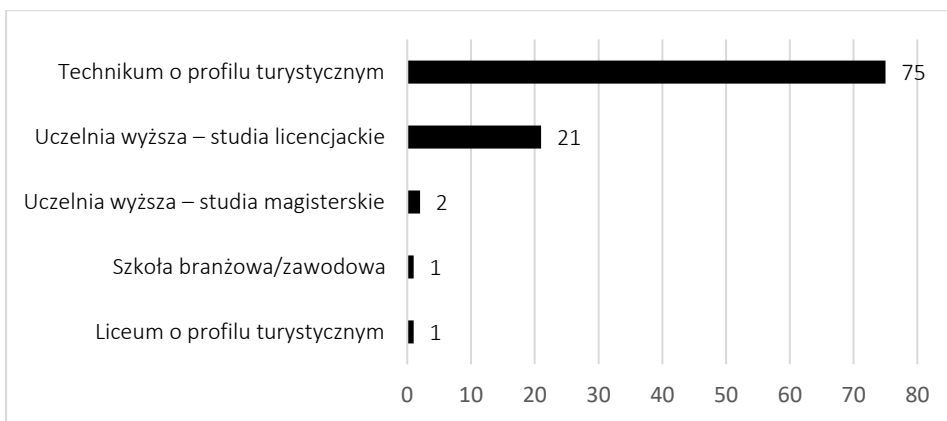
4. WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH

4.1. Analiza odpowiedzi respondentów

Poniżej przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych wśród uczniów i studentów kierunków turystycznych. W sumie otrzymano odpowiedzi od 290 badanych.

Na początku badania respondentów poproszono o wskazanie typu szkoły lub uczelni, do której obecnie uczęszczają. Pytanie miało na celu określenie struktury badanej próby oraz identyfikację dominujących grup uczestników badania pod względem poziomu i rodzaju kształcenia turystycznego.

Wykres 1 Struktura badanych według typu szkoły lub uczelni (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza struktury badanej próby wskazuje, że zdecydowaną większość respondentów stanowili uczniowie techników o profilu turystycznym (75%). Oznacza to, że trzy czwarte uczestników badania reprezentowało

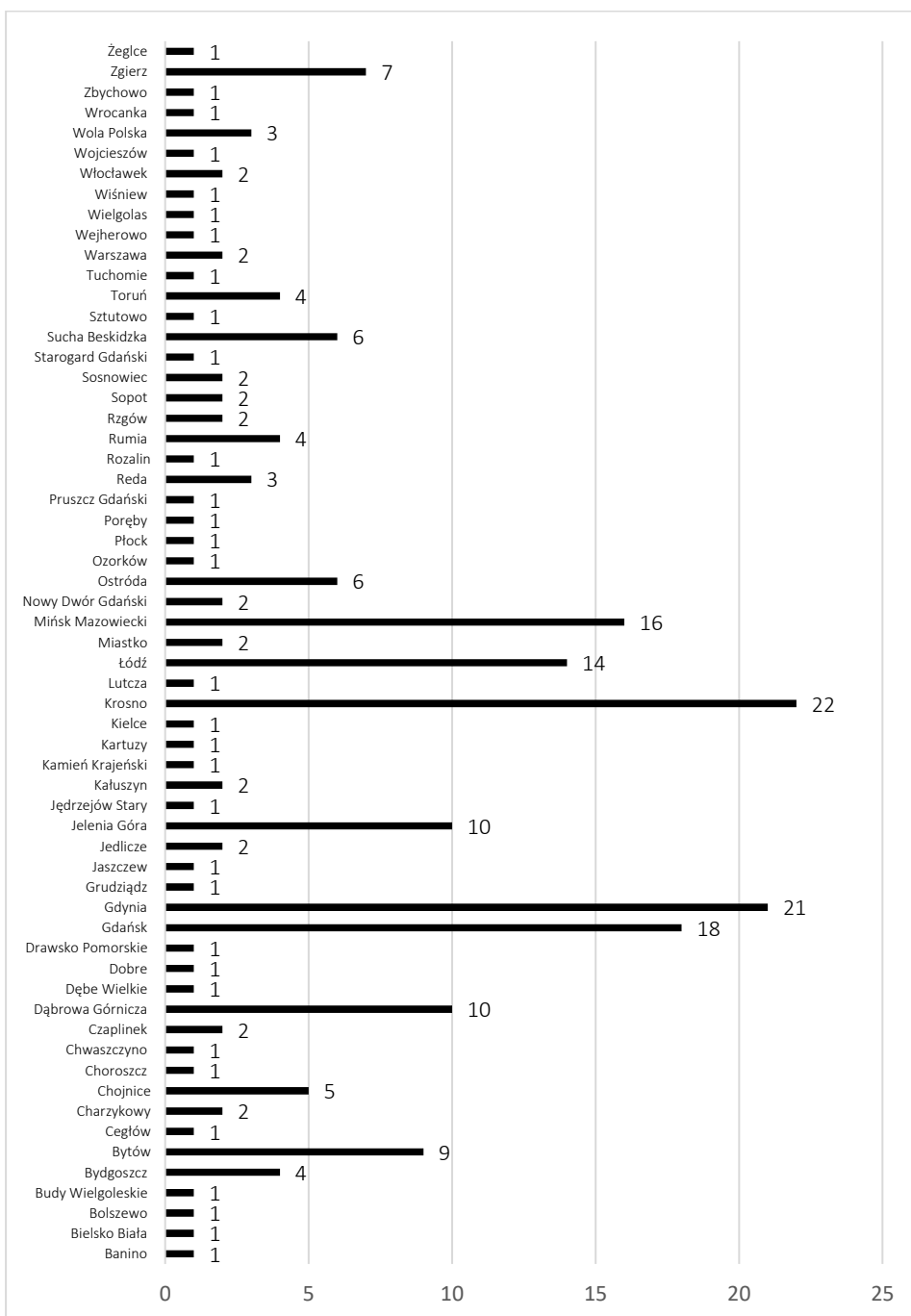
szkolnictwo średnie zawodowe, co sprawia, że uzyskane wyniki w dużej mierze odzwierciedlają opinie tej grupy.

Drugą pod względem liczebności grupę stanowili studenci studiów licencjackich (21%), natomiast jedynie 2% respondentów było studentami studiów magisterskich. Marginalny udział odnotowano w przypadku uczniów szkół branżowych/zawodowych (1%) oraz liceów o profilu turystycznym (1%).

Struktura próby świadczy o wyraźnej dominacji osób znajdujących się na początkowym etapie przygotowania zawodowego do pracy w branży turystycznej.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie miejsca zamieszkania. Celem pytania było określenie zasięgu terytorialnego badania oraz identyfikacja miejscowości najliczniej reprezentowanych wśród osób, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie.

**Wykres 2 Miejsce zamieszkania respondentów, którzy udzielili odpowiedzi
na pytanie (N=290) (%)**



Źródło: badania własne, 2026

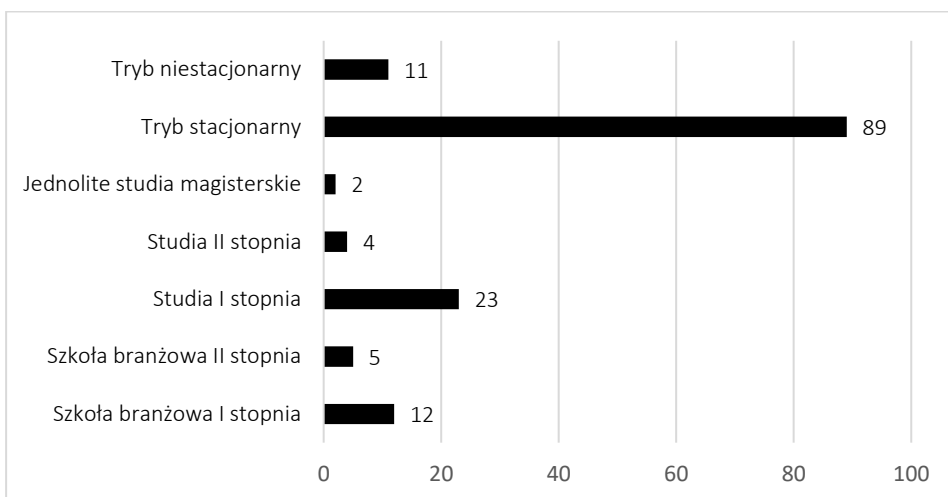
Analiza miejsca zamieszkania respondentów wskazuje na duże zróżnicowanie przestrzenne badanej grupy. Należy podkreślić, że prezentowane wyniki odnoszą się wyłącznie do osób, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie.

Najliczniejszą grupę stanowili mieszkańcy Krosna (22 osoby), Gdyni (21 osób), Gdańska (18 osób) oraz Mińska Mazowieckiego (16 osób). Licznie reprezentowani byli również respondenci z Łodzi (14 osób), Dąbrowy Górniczej (10 osób), Jeleniej Góry (10 osób) oraz Bytowa (9 osób). Kolejne miejsca zajęły Zgierz (7 osób), Sucha Beskidzka (6 osób), Ostróda (6 osób), Chojnice (5 osób), a także Bydgoszcz, Rumia i Toruń (po 4 osoby). Z Redy i Woli Polskiej pochodziły po 3 osoby, natomiast z takich miejscowości jak Warszawa, Włocławek, Sosnowiec, Sopot, Rzgów, Nowy Dwór Gdański, Miastko, Kałuszyn, Jedlicze, Czaplinek oraz Charzykowy po 2 osoby. Pozostałe miejscowości reprezentowane były przez pojedynczych respondentów.

Uzyskane wyniki pokazują, że respondenci pochodzili z wielu miejscowości zlokalizowanych w różnych częściach Polski.

Respondentów poproszono o określenie formy realizowanego kształcenia. Pytanie miało na celu scharakteryzowanie badanej grupy pod względem trybu nauki oraz poziomu kształcenia.

Wykres 3 Charakterystyka respondentów według trybu i poziomu realizowanego kształcenia (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

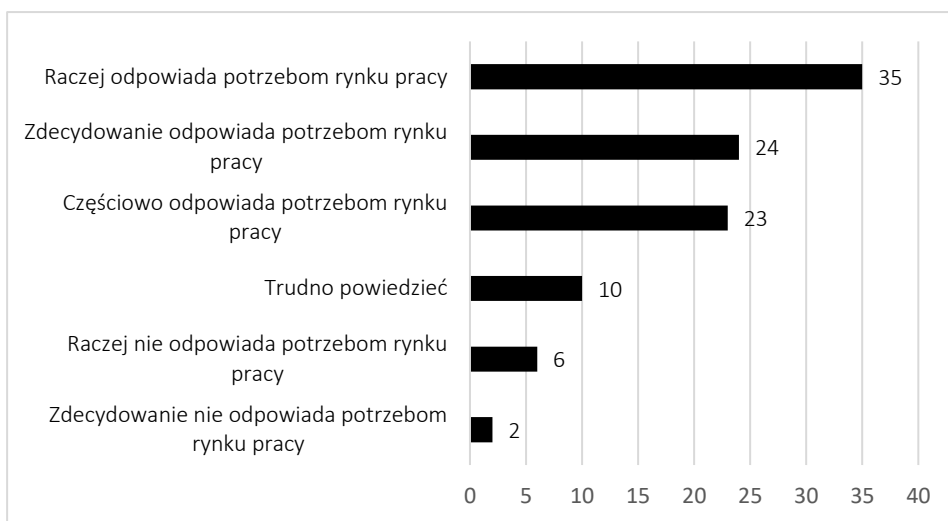
Analiza wyników wskazuje, że zdecydowana większość respondentów realizuje kształcenie w trybie stacjonarnym (89%), natomiast jedynie 11% uczy się w trybie niestacjonarnym. Świadczy to o wyraźnej dominacji osób uczestniczących w zajęciach prowadzonych w formie stacjonarnej.

Uwzględniając poziom kształcenia, najliczniejszą grupę stanowili studenci studiów I stopnia (23%). Kolejne miejsca zajęli uczniowie szkół branżowych I stopnia (12%) oraz szkół branżowych II stopnia (5%). Znacznie mniejszy udział odnotowano w przypadku osób kształcących się na studiach II stopnia (4%) oraz jednolitych studiach magisterskich (2%).

Uzyskane wyniki wskazują, że badana grupa była zdominowana przez osoby uczące się w trybie stacjonarnym oraz uczestników kształcenia na niższych poziomach edukacji. Strukturę próby należy uwzględnić przy interpretacji kolejnych wyników, ponieważ prezentowane opinie odzwierciedlają przede wszystkim perspektywę osób studiujących stacjonarnie oraz studentów studiów I stopnia.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o ocenę, w jakim stopniu profil kształcenia realizowany w ich szkole lub uczelni odpowiada potrzebom współczesnego rynku pracy. Pytanie miało na celu poznanie opinii badanych na temat dostosowania procesu kształcenia do oczekiwań pracodawców oraz wymagań branży turystycznej.

Wykres 4 Ocena dostosowania profilu kształcenia do potrzeb rynku pracy w opinii respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Uzyskane wyniki wskazują na przeważająco pozytywną ocenę profilu kształcenia realizowanego w szkołach i uczelniach. Największa grupa respondentów (35%) uznała, że profil kształcenia raczej odpowiada potrzebom rynku pracy, natomiast 24% stwierdziło, że zdecydowanie odpowiada tym potrzebom. Łącznie 59% badanych pozytywnie ocenia stopień dostosowania programu kształcenia do wymagań rynku pracy.

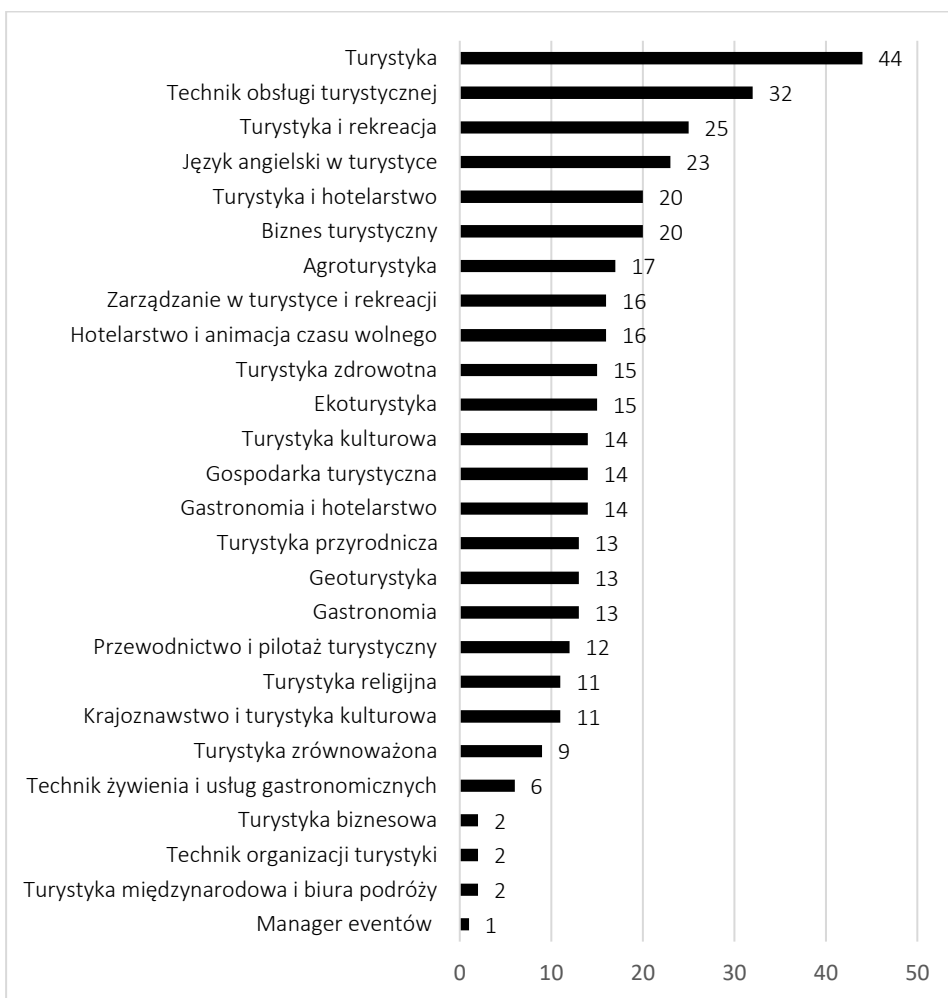
Jednocześnie 23% respondentów uznało, że profil kształcenia częściowo odpowiada potrzebom rynku pracy, co może wskazywać na dostrzeganie zarówno mocnych stron programu, jak i obszarów wymagających dalszego doskonalenia.

Niezdecydowanie wyraziło 10% badanych, którzy wybrali odpowiedź „trudno powiedzieć”. Natomiast negatywne opinie stanowiły niewielki odsetek odpowiedzi – 6% respondentów uznało, że profil kształcenia raczej nie odpowiada potrzebom rynku pracy, a 2% oceniło go jako zdecydowanie niedostosowany. Łącznie negatywne oceny stanowiły 8% wszystkich odpowiedzi.

Uzyskane wyniki wskazują, że większość respondentów postrzega realizowany profil kształcenia jako zgodny z oczekiwaniami rynku pracy, choć niemal co czwarty badany dostrzega potrzebę jego dalszego dostosowywania do wymagań współczesnej branży turystycznej.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie kierunku lub specjalności o profilu turystycznym, na której obecnie się kształcą. Pytanie miało na celu scharakteryzowanie badanej grupy pod względem realizowanego profilu edukacyjnego.

Wykres 5 Kierunki i specjalności o profilu turystycznym realizowane przez respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że badana grupa reprezentowała zróżnicowane kierunki i specjalności o profilu turystycznym. Najliczniejszą grupę stanowili respondenci kształcący się na kierunku Turystyka (44%), a następnie na kierunku Technik obsługi turystycznej (32%) oraz Turystyka i rekreacja (25%). Wysoki odsetek badanych realizował również specjalności związane z językiem angielskim w turystyce (23%), turystyką i hotelarstwem (20%) oraz biznesem turystycznym (20%).

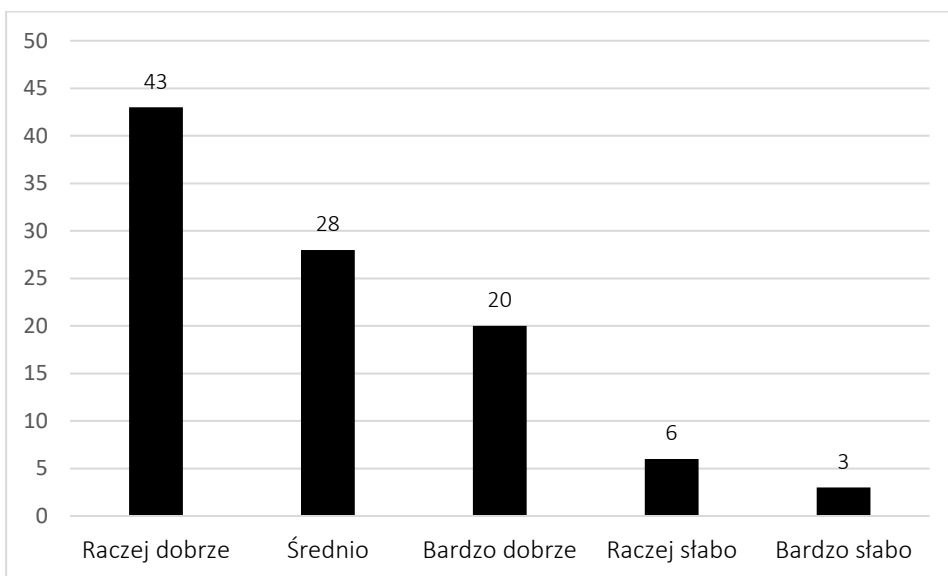
Istotną część respondentów stanowiły również osoby kształcące się na kierunkach związanych z bardziej wyspecjalizowanymi obszarami turystyki. Należały do nich m.in. agroturystyka (17%), zarządzanie w turystyce i rekreacji (16%), hotelarstwo i animacja czasu wolnego (16%), turystyka zdrowotna (15%), ekoturystyka (15%), a także turystyka kulturowa (14%), gospodarka turystyczna (14%) oraz gastronomia i hotelarstwo (14%).

Pozostałe kierunki i specjalności uzyskały od 1% do 13% wskazań. Obejmowały one m.in. turystykę przyrodniczą, geoturystykę, gastronomię, przewodnictwo i pilotaż turystyczny, turystykę religijną, turystykę zrównoważoną oraz kierunki o bardziej specjalistycznym charakterze, takie jak turystyka biznesowa, technik organizacji turystyki czy manager eventów.

Uzyskane wyniki świadczą o dużej różnorodności profili kształcenia respondentów. Jednocześnie dominacja kierunków ogólnoturystycznych oraz technika obsługi turystycznej wskazuje, że dalsze wyniki badania odzwierciedlają przede wszystkim opinie osób przygotowujących się do pracy w głównych segmentach branży turystycznej, przy jednoczesnym uwzględnieniu przedstawicieli wielu specjalistycznych obszarów kształcenia.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o ocenę zakresu kompetencji miękkich rozwijanych w toku kształcenia. Pytanie miało na celu określenie, w jakim stopniu szkoły i uczelnie przygotowują uczniów oraz studentów do funkcjonowania w środowisku zawodowym poprzez rozwijanie kompetencji interpersonalnych i społecznych.

Wykres 6 Ocena zakresu kompetencji miękkich rozwijanych w toku kształcenia (N=290) (%)



Źródło badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje na przeważająco pozytywną ocenę zakresu kompetencji miękkich rozwijanych podczas kształcenia. Największa grupa respondentów (43%) uznała, że zakres ten jest raczej dobrze rozwijany, natomiast 20% oceniło go bardzo dobrze. Oznacza to, że łącznie 63% badanych pozytywnie ocenia działania szkół i uczelni w zakresie rozwijania kompetencji miękkich.

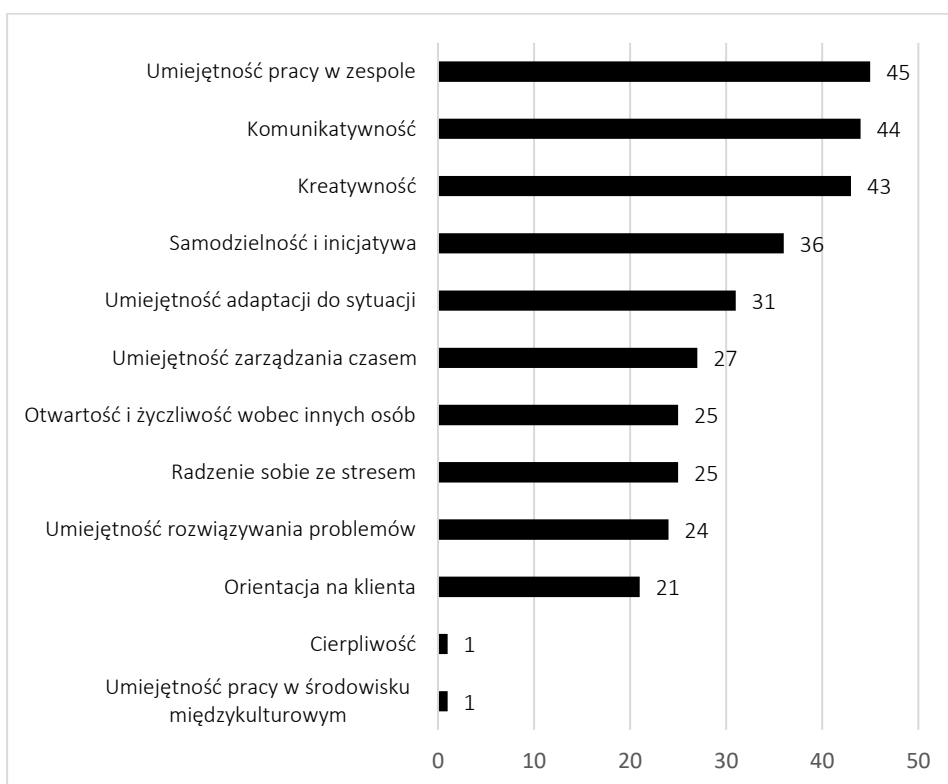
Jednocześnie 28% respondentów oceniło rozwój kompetencji miękkich jako średni, co może wskazywać, że choć dostrzegają oni działania podejmowane przez szkoły i uczelnie, to uważają je za niewystarczające lub wymagające dalszego doskonalenia.

Negatywne opinie stanowiły niewielki odsetek odpowiedzi. 6% badanych uznało, że kompetencje miękkie są rozwijane raczej słabo, natomiast 3% oceniło ten obszar bardzo słabo. Łącznie negatywne oceny stanowiły 9% wszystkich odpowiedzi.

Uzyskane wyniki wskazują, że respondenci na ogół pozytywnie oceniają rozwijanie kompetencji miękkich w procesie kształcenia. Jednocześnie stosunkowo wysoki udział ocen średnich (28%) sugeruje, że istnieje potencjał do dalszego wzmacniania działań ukierunkowanych na rozwój umiejętności interpersonalnych, komunikacyjnych oraz organizacyjnych, które są szczególnie istotne w pracy w branży turystycznej.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie kompetencji miękkich, które ich zdaniem są najlepiej rozwijane w procesie kształcenia realizowanym w szkole lub uczelni. Odpowiedzi pozwalają określić, które umiejętności interpersonalne i społeczne są najsilniej rozwijane podczas edukacji.

Wykres 7 Kompetencje miękkie najlepiej rozwijane w szkole lub uczelni w opinii respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że najlepiej rozwijaną kompetencją miękką jest umiejętność pracy w zespole (45%). Niewiele mniej respondentów wskazało komunikatywność (44%) oraz kreatywność (43%), co świadczy o dużym nacisku szkół i uczelni na rozwijanie kompetencji interpersonalnych oraz umiejętności współpracy.

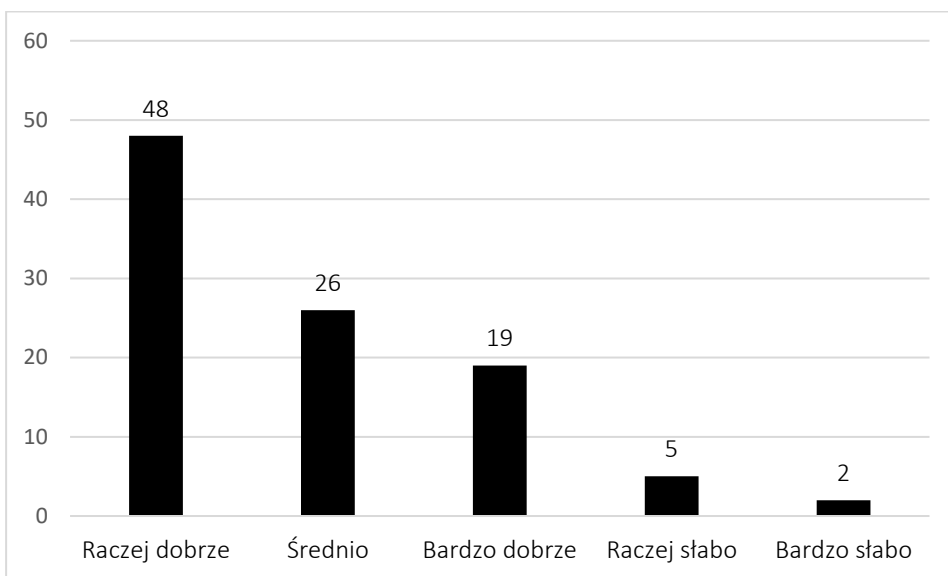
Wysokie wskazania uzyskały również samodzielność i inicjatywa (36%) oraz umiejętność adaptacji do zmieniających się sytuacji (31%). Około jednej czwartej respondentów uznało, że dobrze rozwijane są także umiejętność zarządzania czasem (27%), otwartość i życzliwość wobec innych osób (25%), radzenie sobie ze stresem (25%) oraz umiejętność rozwiązywania problemów (24%).

Nieco rzadziej wskazywano orientację na klienta (21%), mimo że jest to kompetencja szczególnie istotna w branży turystycznej. Najmniejszy odsetek odpowiedzi dotyczył cierpliwości (1%) oraz umiejętności pracy w środowisku międzykulturowym (1%).

Uzyskane wyniki wskazują, że proces kształcenia skutecznie rozwija przede wszystkim kompetencje związane ze współpracą, komunikacją i kreatywnym działaniem. Jednocześnie niewielka liczba wskazań dotyczących kompetencji międzykulturowych oraz orientacji na klienta może sugerować potrzebę ich większego uwzględnienia w programach kształcenia, szczególnie w kontekście specyfiki pracy w branży turystycznej.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o ocenę zakresu kompetencji zawodowych rozwijanych w toku kształcenia. Celem pytania było określenie, w jakim stopniu szkoły i uczelnie przygotowują uczniów oraz studentów do wykonywania przyszłych obowiązków zawodowych w branży turystycznej.

Wykres 8 Ocena zakresu kompetencji zawodowych rozwijanych w toku kształcenia (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje na przeważająco pozytywną ocenę zakresu kompetencji zawodowych rozwijanych w procesie kształcenia. Największa grupa respondentów (48%) uznała, że kompetencje zawodowe są rozwijane raczej dobrze, natomiast 19% oceniło ten zakres bardzo dobrze. Łącznie 67% badanych pozytywnie ocenia przygotowanie zawodowe realizowane przez szkoły i uczelnie.

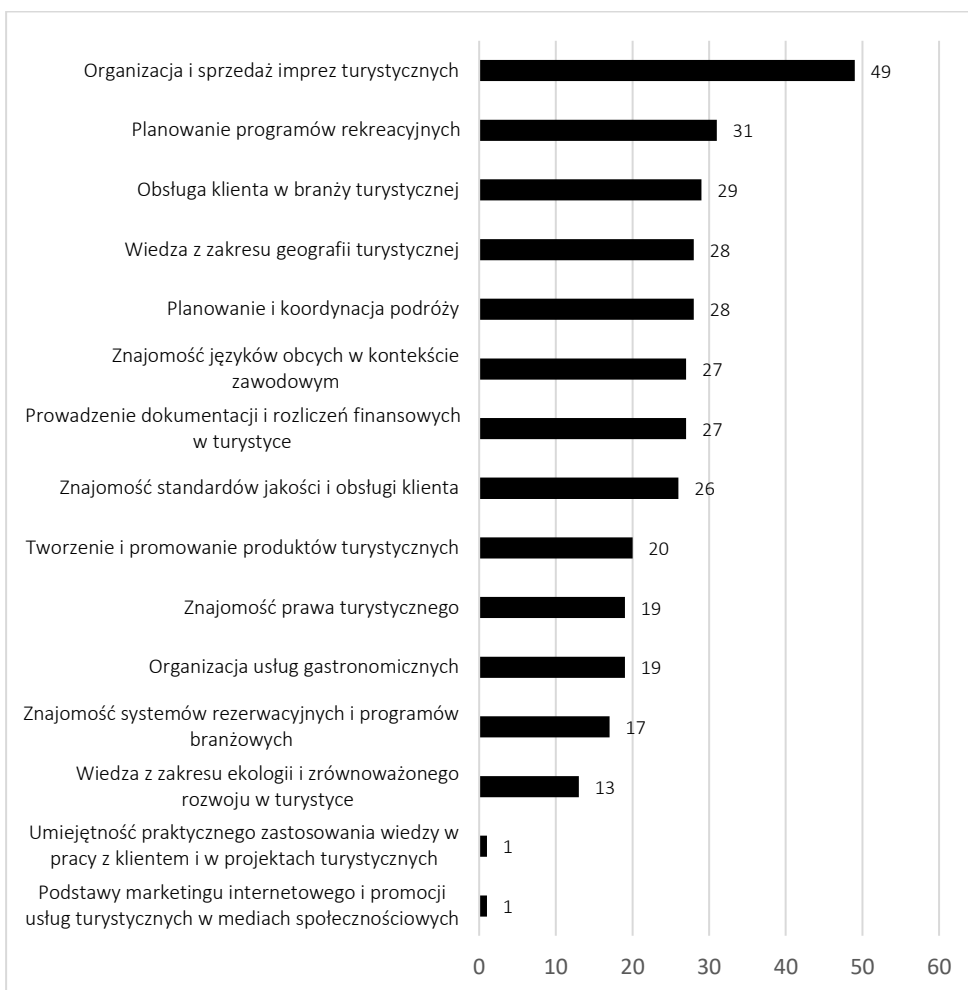
Jednocześnie 26% respondentów oceniło rozwój kompetencji zawodowych jako średni, co może świadczyć o przekonaniu, że programy kształcenia zapewniają podstawowe przygotowanie do pracy, jednak wymagają dalszego doskonalenia i większego dostosowania do potrzeb rynku pracy.

Niewielki odsetek badanych wyraził opinie negatywne. 5% respondentów uznało, że kompetencje zawodowe są rozwijane raczej słabo, natomiast 2% oceniło ten obszar bardzo słabo. Łącznie negatywne oceny stanowiły jedynie 7% wszystkich odpowiedzi.

Uzyskane wyniki wskazują, że respondenci na ogół pozytywnie oceniają rozwój kompetencji zawodowych w toku kształcenia. Jednocześnie fakt, że ponad jedna czwarta badanych (26%) oceniła ten obszar jako średni, sugeruje potrzebę dalszego wzmacniania praktycznego wymiaru kształcenia oraz lepszego dostosowania rozwijanych kompetencji do aktualnych wymagań rynku pracy i oczekiwań pracodawców.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie kompetencji zawodowych, które ich zdaniem są najlepiej rozwijane w procesie kształcenia realizowanym w szkole lub uczelni. Odpowiedzi pozwalają określić, które elementy przygotowania zawodowego są oceniane najwyżej przez osoby kształcące się na kierunkach turystycznych.

**Wykres 9 Samoocena przygotowania respondentów do podjęcia pracy
w branży turystycznej (N=466) (%)**



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że najwyżej ocenianą kompetencją zawodową rozwijaną w toku kształcenia jest organizacja i sprzedaż imprez turystycznych (49%). Wyraźnie niższy, lecz nadal wysoki odsetek respondentów wskazał planowanie programów rekreacyjnych (31%) oraz obsługę klienta w branży turystycznej (29%).

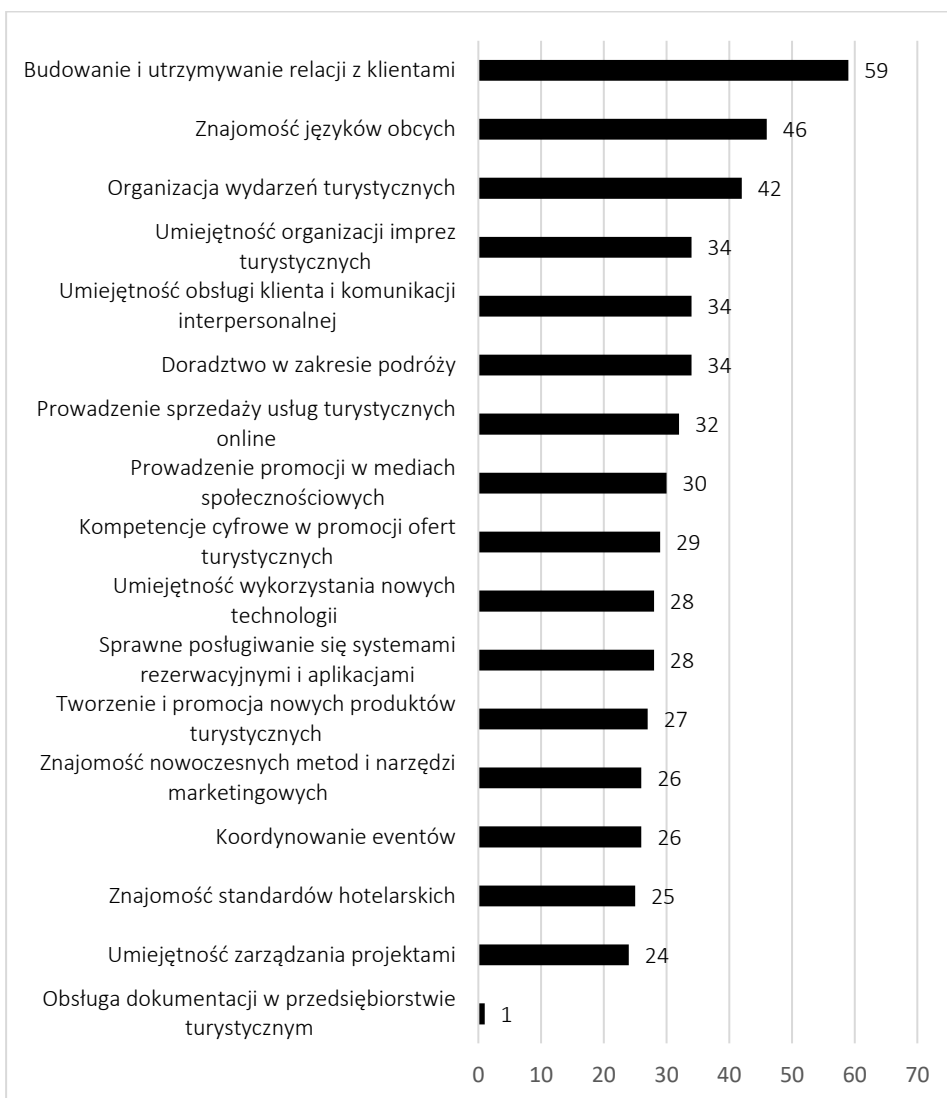
Wysokie oceny uzyskały również kompetencje związane z wiedzą z zakresu geografii turystycznej (28%), planowaniem i koordynacją podróży (28%), znajomością języków obcych w kontekście zawodowym (27%), prowadzeniem dokumentacji i rozliczeń finansowych w turystyce (27%) oraz znajomością standardów jakości i obsługi klienta (26%). Oznacza to, że respondenci dostrzegają skuteczne przygotowanie przede wszystkim w zakresie podstawowych kompetencji niezbędnych do funkcjonowania w branży turystycznej.

Nieco rzadziej wskazywano kompetencje związane z tworzeniem i promowaniem produktów turystycznych (20%), znajomością prawa turystycznego (19%), organizacją usług gastronomicznych (19%) oraz obsługą systemów rezerwacyjnych i programów branżowych (17%). Najmniej respondentów uznało za dobrze rozwijane kompetencje dotyczące wiedzy z zakresu ekologii i zrównoważonego rozwoju w turystyce (13%), a jedynie 1% wskazał umiejętność praktycznego zastosowania wiedzy w pracy z klientem i w projektach turystycznych oraz podstawy marketingu internetowego i promocji usług turystycznych w mediach społecznościowych.

Uzyskane wyniki wskazują, że szkoły i uczelnie skutecznie rozwijają przede wszystkim kompetencje związane z organizacją usług turystycznych, planowaniem oraz obsługą klienta. Jednocześnie niższe oceny dotyczące praktycznego wykorzystania wiedzy, nowoczesnego marketingu oraz zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem mogą wskazywać na potrzebę większego uwzględnienia tych obszarów w programach kształcenia.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie kompetencji zawodowych, które ich zdaniem są najważniejsze dla przyszłych pracowników branży turystycznej. Odpowiedzi pozwalają określić, jakie umiejętności i kwalifikacje są obecnie postrzegane jako kluczowe z punktu widzenia efektywnego funkcjonowania w sektorze turystyki.

Wykres 10 Najważniejsze kompetencje zawodowe przyszłych pracowników branży turystycznej w opinii respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że za najważniejszą kompetencję zawodową respondenci uznali budowanie i utrzymywanie relacji z klientami (59%). Wysoko oceniono również znajomość języków obcych (46%) oraz organizację wydarzeń turystycznych (42%), co potwierdza,

że kompetencje związane z obsługą klienta i komunikacją stanowią podstawę pracy w branży turystycznej.

Istotne znaczenie przypisano także umiejętności organizacji imprez turystycznych (34%), obsłudze klienta i komunikacji interpersonalnej (34%) oraz doradztwu w zakresie podróży (34%). Około jednej trzeciej respondentów wskazało również prowadzenie sprzedaży usług turystycznych online (32%), prowadzenie promocji w mediach społecznościowych (30%) oraz kompetencje cyfrowe w promocji ofert turystycznych (29%), co świadczy o rosnącym znaczeniu technologii cyfrowych i marketingu internetowego w działalności przedsiębiorstw turystycznych.

Kolejną grupę stanowiły kompetencje związane z wykorzystaniem nowych technologii (28%), obsługą systemów rezerwacyjnych i aplikacji (28%), tworzeniem i promocją nowych produktów turystycznych (27%), znajomością nowoczesnych metod i narzędzi marketingowych (26%) oraz koordynowaniem eventów (26%).

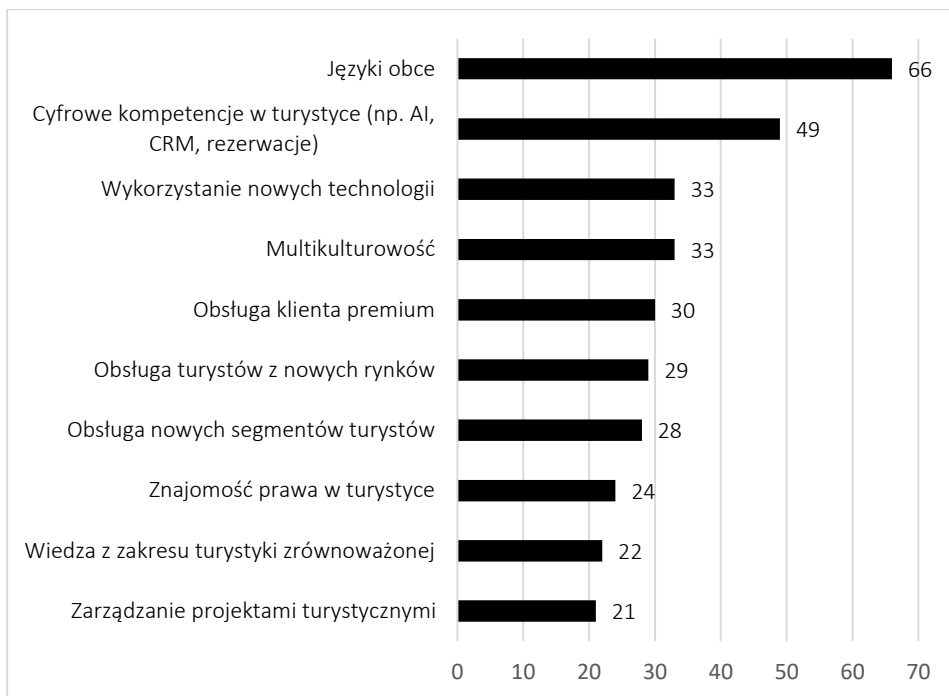
Nieco rzadziej wskazywano znajomość standardów hotelarskich (25%) oraz umiejętność zarządzania projektami (24%). Jedynie 1% respondentów uznał za najważniejszą obsługę dokumentacji w przedsiębiorstwie turystycznym.

Uzyskane wyniki wskazują, że respondenci największe znaczenie przypisują kompetencjom związanym z obsługą klienta, komunikacją, organizacją usług turystycznych oraz znajomością języków obcych. Jednocześnie wysokie wskazania dotyczące kompetencji cyfrowych, marketingowych i technologicznych pokazują, że przyszli pracownicy branży turystycznej powinni być przygotowani do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się i coraz bardziej zdigitalizowanym środowisku pracy.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie kwalifikacji i kompetencji, które ich zdaniem będą zyskiwać na znaczeniu w najbliższych latach w branży turystycznej. Odpowiedzi pozwalają określić, jakie

umiejętności będą kluczowe w obliczu zmian technologicznych, społecznych i organizacyjnych zachodzących na rynku usług turystycznych.

Wykres 11 Kwalifikacje i kompetencje, które będą zyskiwać na znaczeniu w branży turystycznej w opinii respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że respondenci za kompetencję, która będzie odgrywać największą rolę w najbliższych latach, uznali znajomość języków obcych (66%). Wysoki odsetek wskazań uzyskały również kompetencje cyfrowe w turystyce, obejmujące m.in. wykorzystanie sztucznej inteligencji, systemów CRM oraz systemów rezerwacyjnych (49%), co potwierdza rosnące znaczenie transformacji cyfrowej w sektorze turystycznym.

Po 33% respondentów wskazało wykorzystanie nowych technologii oraz kompetencje związane z funkcjonowaniem w środowisku wielokulturowym, podkreślając potrzebę przygotowania do pracy z nowoczesnymi narzędziami oraz obsługi zróżnicowanych grup klientów.

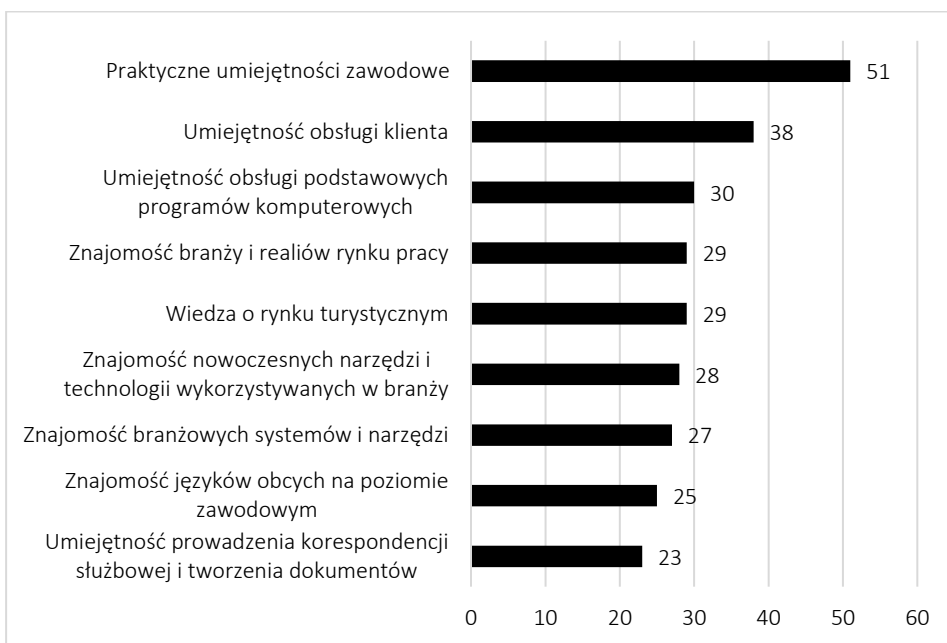
Istotne znaczenie przypisano również obsłudze klienta premium (30%), obsłudze turystów z nowych rynków (29%) oraz obsłudze nowych segmentów turystów (28%), co odzwierciedla zmieniającą się strukturę popytu na rynku usług turystycznych.

Nieco rzadziej respondenci wskazywali znajomość prawa w turystyce (24%), wiedzę z zakresu turystyki zrównoważonej (22%) oraz zarządzanie projektami turystycznymi (21%). Mimo niższych wartości procentowych kompetencje te również zostały uznane za istotne w kontekście przyszłego rozwoju branży.

Uzyskane wyniki wskazują, że respondenci przewidują wzrost znaczenia przede wszystkim kompetencji językowych, cyfrowych i technologicznych, przy jednoczesnym utrzymaniu wysokiej roli umiejętności związanych z profesjonalną obsługą klienta oraz funkcjonowaniem na coraz bardziej międzynarodowym i zróżnicowanym rynku usług turystycznych.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie obszarów wiedzy i umiejętności, które ich zdaniem są najczęściej niewystarczająco rozwijane w toku kształcenia. Celem pytania było zidentyfikowanie kompetencji wymagających większego uwzględnienia w programach nauczania z perspektywy przyszłych pracowników branży turystycznej.

Wykres 12 Obszary wiedzy i umiejętności najczęściej niewystarczająco rozwijane w toku kształcenia w opinii respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że respondenci najczęściej zwracali uwagę na niedostateczny rozwój praktycznych umiejętności zawodowych (51%), co stanowiło zdecydowanie najczęściej wskazywany obszar wymagający wzmocnienia. Wysoki odsetek odpowiedzi uzyskała również umiejętność obsługi klienta (38%), podkreślając znaczenie kompetencji interpersonalnych w pracy w branży turystycznej.

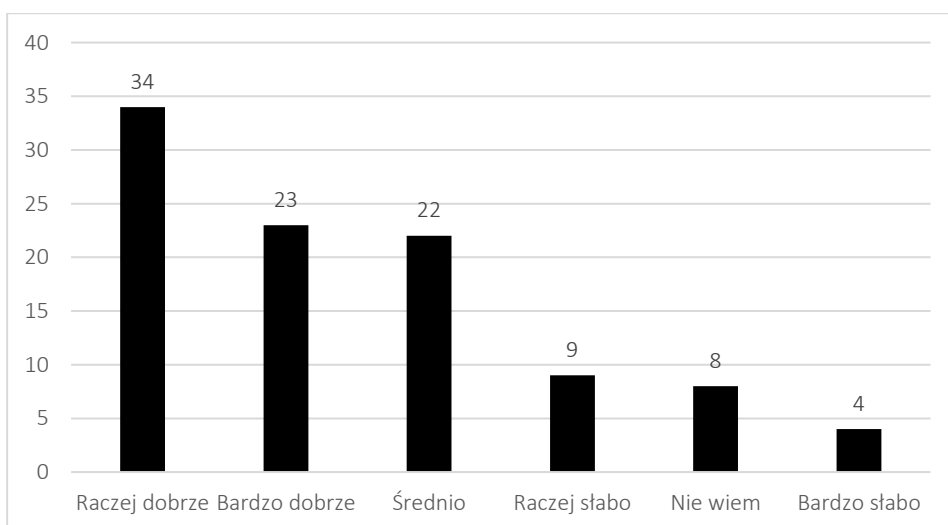
Istotne znaczenie przypisano także umiejętności obsługi podstawowych programów komputerowych (30%), znajomości branży i realiów rynku pracy (29%) oraz wiedzy o rynku turystycznym (29%). Respondenci wskazywali również na potrzebę większego rozwijania znajomości nowoczesnych narzędzi i technologii wykorzystywanych w branży (28%) oraz branżowych systemów i narzędzi informatycznych (27%), co odzwierciedla postępującą cyfryzację sektora turystycznego.

Nieco rzadziej wskazywano znajomość języków obcych na poziomie zawodowym (25%) oraz umiejętność prowadzenia korespondencji służbowej i tworzenia dokumentów (23%), jednak również te kompetencje zostały uznane za wymagające większego rozwijania w procesie kształcenia.

Uzyskane wyniki wskazują, że respondenci dostrzegają przede wszystkim potrzebę zwiększenia praktycznego wymiaru kształcenia oraz lepszego przygotowania do realiów funkcjonowania współczesnego rynku turystycznego. Szczególnie istotne wydaje się rozwijanie kompetencji praktycznych, cyfrowych oraz umiejętności związanych z profesjonalną obsługą klienta, które są obecnie postrzegane jako kluczowe dla efektywnego wykonywania pracy w branży turystycznej.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o ocenę współpracy ich szkoły lub uczelni z przedstawicielami branży turystycznej. Celem pytania było poznanie opinii badanych na temat stopnia zaangażowania instytucji edukacyjnych we współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz jej znaczenia dla przygotowania do przyszłej pracy zawodowej.

Wykres 13 Ocena współpracy szkoły lub uczelni z branżą turystyczną w opinii respondentów (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje na przeważająco pozytywną ocenę współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną. Największa grupa respondentów (34%) oceniła tę współpracę jako raczej dobrą, natomiast 23% uznało ją za bardzo dobrą. Oznacza to, że łącznie 57% badanych pozytywnie postrzega relacje pomiędzy instytucjami kształcącymi a przedstawicielami sektora turystycznego.

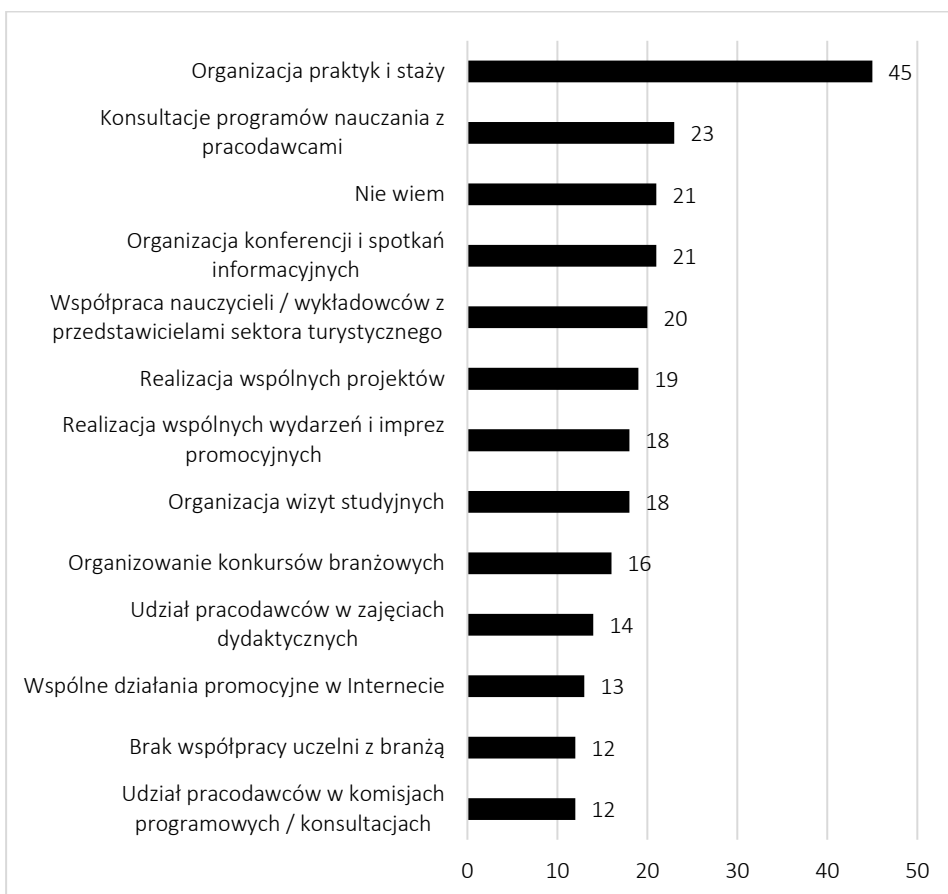
Jednocześnie 22% respondentów oceniło współpracę jako średnią, co może świadczyć o przekonaniu, że choć współpraca jest prowadzona, to jej zakres lub efektywność mogłyby zostać zwiększone.

Negatywne opinie występowały znacznie rzadziej. 9% badanych uznało współpracę za raczej słabą, a 4% za bardzo słabą, co łącznie stanowi 13% wszystkich odpowiedzi. Ponadto 8% respondentów wybrało odpowiedź „nie wiem”, co może wskazywać na brak wiedzy o działaniach podejmowanych przez szkołę lub uczelnię w zakresie współpracy z branżą turystyczną.

Uzyskane wyniki wskazują, że współpraca instytucji edukacyjnych z branżą turystyczną jest oceniana przez większość respondentów pozytywnie. Jednocześnie znaczny odsetek ocen średnich (22%) oraz negatywnych (13%) sugeruje, że istnieje potrzeba dalszego rozwijania współpracy z przedsiębiorstwami turystycznymi, zwłaszcza w zakresie organizacji praktyk, staży, zajęć prowadzonych przez praktyków oraz wspólnych projektów edukacyjnych.

W kolejnym pytaniu badanych poproszono o wskazanie form współpracy ich szkoły lub uczelni z branżą turystyczną, z którymi mieli okazję się zetknąć. Odpowiedzi pozwalają określić, jakie działania służące współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym są najczęściej realizowane przez instytucje kształące.

**Wykres 14 Formy współpracy szkoły lub uczelni z branżą turystyczną,
z którymi spotkali się respondenci (N=290) (%)**



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że najczęściej spotykaną formą współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną jest organizacja praktyk i staży (45%). Wynik ten potwierdza, że praktyczna nauka zawodu stanowi podstawowy element współpracy instytucji edukacyjnych z przedsiębiorstwami turystycznymi.

Znacznie rzadziej respondenci wskazywali konsultacje programów nauczania z pracodawcami (23%), organizację konferencji i spotkań informacyjnych (21%) oraz współpracę nauczycieli i wykładowców z przedstawicielami sektora turystycznego (20%). Niewiele mniej

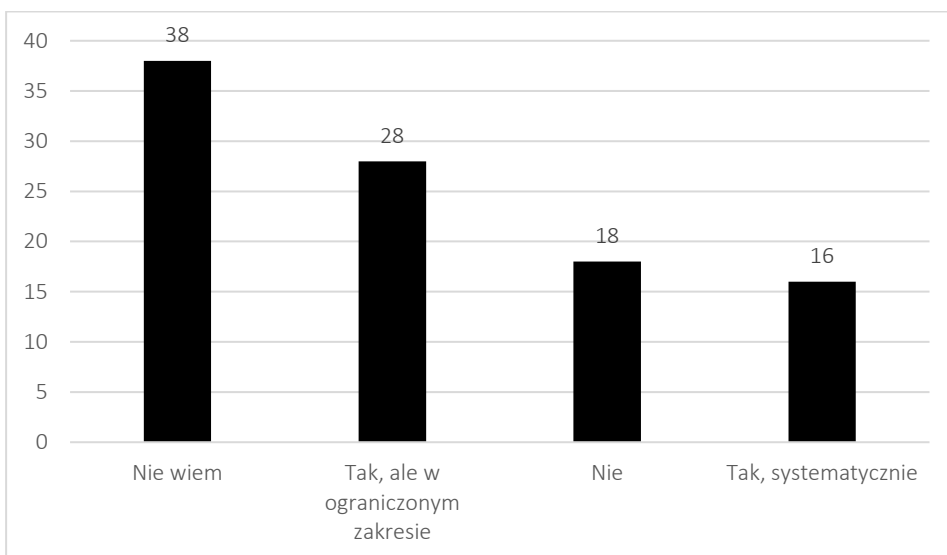
odpowiedzi dotyczyło realizacji wspólnych projektów (19%), organizacji wspólnych wydarzeń i imprez promocyjnych (18%) oraz wizyt studyjnych (18%), które również stanowią ważny element współpracy z branżą.

Kolejne wskazania obejmowały organizowanie konkursów branżowych (16%), udział pracodawców w zajęciach dydaktycznych (14%), wspólne działania promocyjne w Internecie (13%) oraz udział pracodawców w komisjach programowych i konsultacjach (12%). Jednocześnie 12% respondentów stwierdziło, że ich szkoła lub uczelnia nie współpracuje z branżą turystyczną, natomiast 21% badanych wybrało odpowiedź „nie wiem”, co może świadczyć o ograniczonej wiedzy na temat działań podejmowanych przez instytucję, w której się kształcą.

Powyższe wyniki wskazują, że współpraca szkół i uczelni z branżą turystyczną koncentruje się przede wszystkim na organizacji praktyk i staży. Pozostałe formy współpracy występują znacznie rzadziej, co sugeruje możliwość dalszego rozwijania partnerstwa pomiędzy instytucjami edukacyjnymi a przedsiębiorstwami turystycznymi, zwłaszcza w zakresie wspólnych projektów, udziału pracodawców w procesie dydaktycznym oraz współtworzenia programów kształcenia.

Następnie respondentów poproszono o ocenę, czy ich szkoła lub uczelnia monitoruje losy zawodowe absolwentów. Celem pytania było ustalenie, w jakim stopniu instytucje edukacyjne śledzą przebieg karier swoich absolwentów oraz wykorzystują te informacje do doskonalenia procesu kształcenia.

Wykres 15 Opinie respondentów dotyczące monitorowania losów zawodowych absolwentów przez szkołę lub uczelnię (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że największa grupa respondentów (38%) nie posiada wiedzy, czy ich szkoła lub uczelnia monitoruje losy zawodowe absolwentów. Może to świadczyć o niewystarczającym informowaniu uczniów i studentów o działaniach podejmowanych w tym zakresie.

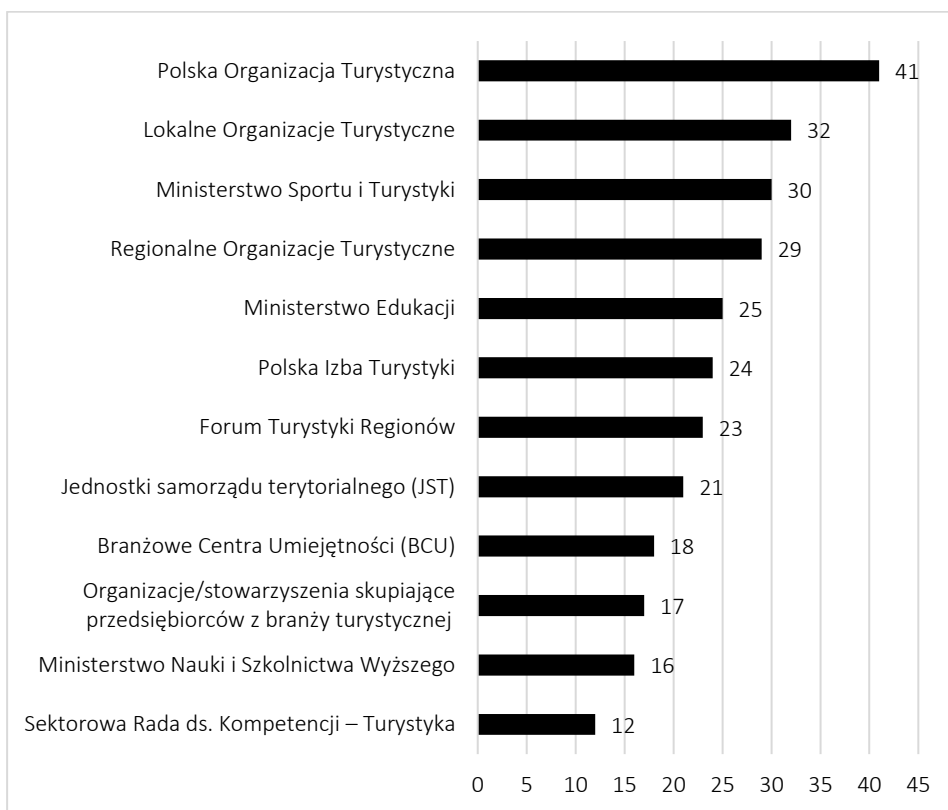
Kolejne 28% badanych uznało, że monitoring jest prowadzony, jednak w ograniczonym zakresie, natomiast 16% respondentów stwierdziło, że szkoła lub uczelnia systematycznie monitoruje losy swoich absolwentów. Łącznie 44% badanych dostrzega prowadzenie takich działań, choć w większości nie mają one charakteru kompleksowego. Z kolei 18% respondentów uważa, że ich szkoła lub uczelnia nie monitoruje losów zawodowych absolwentów.

Uzyskane wyniki wskazują, że monitoring karier absolwentów nie jest powszechnie dostrzegany przez respondentów. Znaczny odsetek odpowiedzi „nie wiem” (38%) może świadczyć o niewystarczającej komunikacji instytucji edukacyjnych w tym zakresie, natomiast stosunkowo

niewielki udział odpowiedzi wskazujących na systematyczne monitorowanie (16%) sugeruje potrzebę rozwijania tego rodzaju działań oraz lepszego informowania społeczności akademickiej i szkolnej o ich realizacji.

W kolejnym pytaniu respondentów poproszono o wskazanie instytucji i organizacji, z którymi, ich zdaniem, szkoły i uczelnie powinny szerzej współpracować w celu podnoszenia jakości kształcenia oraz lepszego przygotowania przyszłych pracowników branży turystycznej. Odpowiedzi pozwalają określić, które podmioty są postrzegane jako najważniejsi partnerzy procesu edukacyjnego.

Wykres 16 Instytucje i organizacje, z którymi szkoły i uczelnie powinny szerzej współpracować w celu podnoszenia jakości kształcenia w turystyce (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

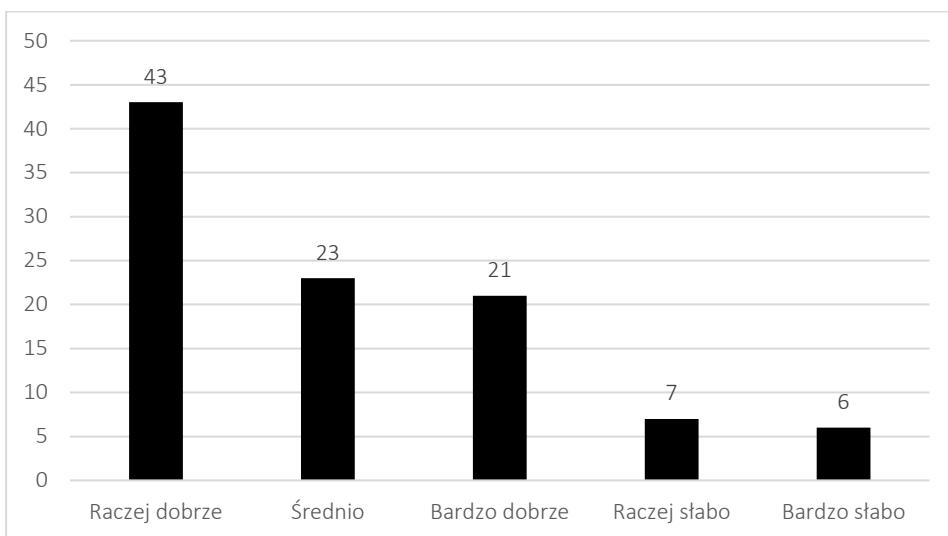
Analiza wyników wskazuje, że respondenci największą rolę przypisują współpracy z Polską Organizacją Turystyczną (41%), która uzyskała najwyższy odsetek wskazań. Wysoko oceniono również potrzebę współpracy z Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi (32%), Ministerstwem Sportu i Turystyki (30%) oraz Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi (29%). Wyniki te pokazują, że respondenci dostrzegają znaczenie zarówno krajowych, jak i regionalnych instytucji odpowiedzialnych za rozwój turystyki. Stosunkowo często wskazywano także Ministerstwo Edukacji (25%), Polską Izbę Turystyki (24%), Forum Turystyki Regionów (23%) oraz jednostki samorządu terytorialnego (21%). Świadczy to o oczekiwaniu szerszego zaangażowania instytucji publicznych oraz organizacji branżowych w proces kształcenia przyszłych kadr dla sektora turystycznego.

Nieco rzadziej respondenci wskazywali Branżowe Centra Umiejętności (18%), organizacje i stowarzyszenia skupiające przedsiębiorców z branży turystycznej (17%), Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (16%) oraz Sektorową Radę ds. Kompetencji – Turystyka (12%). Choć odsetki te były niższe, wskazane podmioty również zostały uznane za istotnych partnerów wspierających rozwój jakości kształcenia.

Uzyskane wyniki wskazują, że respondenci oczekują przede wszystkim szerszej współpracy szkół i uczelni z instytucjami odpowiedzialnymi za rozwój i promocję turystyki oraz z organizacjami branżowymi. Może to przyczynić się do lepszego dostosowania programów kształcenia do potrzeb rynku pracy, zwiększenia liczby praktycznych form nauczania oraz skuteczniejszego przygotowania absolwentów do pracy w branży turystycznej.

Na zakończenie części dotyczącej oceny procesu kształcenia respondentów poproszono o dokonanie ogólnej oceny swojej szkoły lub uczelni pod względem przygotowania do pracy w branży turystycznej. Pytanie miało na celu syntetyczne podsumowanie opinii badanych na temat jakości otrzymywanego przygotowania zawodowego.

Wykres 17 Ogólna ocena szkoły lub uczelni w zakresie przygotowania do pracy w branży turystycznej (N=290) (%)



Źródło: badania własne, 2026

Analiza wyników wskazuje, że respondenci na ogół pozytywnie oceniają przygotowanie oferowane przez szkoły i uczelnie do pracy w branży turystycznej. Największa grupa badanych (43%) oceniła je raczej dobrze, natomiast 21% uznało je za bardzo dobre. Łącznie 64% respondentów wyraziło pozytywną opinię na temat jakości przygotowania zawodowego.

Jednocześnie 23% badanych oceniło poziom przygotowania jako średni, co może wskazywać, że choć szkoły i uczelnie zapewniają podstawowe kompetencje niezbędne do podjęcia pracy, to w opinii części respondentów proces kształcenia wymaga dalszego doskonalenia.

Negatywne oceny pojawiały się znacznie rzadziej. 7% respondentów uznało przygotowanie do pracy za raczej słabe, natomiast 6% oceniło je jako bardzo słabe. Łącznie negatywne opinie stanowiły 13% wszystkich odpowiedzi.

Uzyskane wyniki wskazują, że większość respondentów pozytywnie ocenia swoją szkołę lub uczelnię pod względem przygotowania do pracy w turystyce. Jednocześnie niemal co czwarty badany wystawił ocenę

średnią, a ponad jedna dziesiąta ocenę negatywną, co sugeruje potrzebę dalszego rozwijania praktycznego wymiaru kształcenia, współpracy z branżą oraz dostosowywania programów nauczania do aktualnych potrzeb rynku pracy.

Badanych respondentów poproszono o wskazanie zmian, które – ich zdaniem – powinny zostać wprowadzone w szkołach i uczelniach, aby lepiej przygotowywały absolwentów do pracy w branży turystycznej. Odpowiedzi miały charakter otwarty i pozwoliły na poznanie najważniejszych oczekiwań badanych wobec procesu kształcenia.

Tabela 2 Opinie respondentów dotyczące najbardziej potrzebnych zmian w szkołach i uczelniach przygotowujących do pracy w branży turystycznej

Odpowiedzi
<i>Aby było więcej projektów turystycznych</i>
<i>Aby nauczyciele mieli większą wiedzę praktyczną</i>
<i>Aby zwiększyć liczbę praktycznych zajęć</i>
<i>Bardziej praktyczne zadania niż tylko wiedza przekazywana w teorii</i>
<i>Doprecyzowanie zakresu nauki do specjalności</i>
<i>Dostęp do nowoczesnego sprzętu komputerowego</i>
<i>Lepsza nauka języków zagranicznych</i>
<i>Lepsza organizacja funkcjonowania uczelni</i>
<i>Moim zdaniem uczelnie powinny przede wszystkim zwiększyć liczbę zajęć praktycznych oraz współpracę z branżą turystyczną. Ważne jest także rozwijanie umiejętności cyfrowych, nauka języków obcych oraz przygotowanie studentów do pracy w nowoczesnej i dynamicznie zmieniającej się turystyce.</i>
<i>Na 1 roku jest sporo teorii i uważam że powinno być więcej praktyki bezpośrednio na zajęciach.</i>
<i>Ograniczyć na uczelni ilość przedmiotów nie związanych z turystyką</i>
<i>Po pierwsze, warto zwiększyć liczbę zajęć praktycznych w realnym środowisku pracy, np. więcej zajęć terenowych, wizyt studyjnych czy współpracy z hotelami i organizacjami turystycznymi. Obecnie są praktyki, ale ich rozszerzenie dałoby więcej doświadczenia. Po drugie, potrzebne jest większe skupienie na sektorze publicznym turystyki, czyli pracy w urzędach miast, organizacjach turystycznych czy instytucjach promocji regionu. Na studiach dominuje przygotowanie do sektora prywatnego. Po trzecie, warto rozwinąć naukę nowych technologii, takich jak marketing cyfrowy, social media czy systemy rezerwacyjne, ponieważ są one kluczowe w nowoczesnej turystyce. Uczelnia już częściowo to oferuje, ale można to jeszcze rozszerzyć</i>
<i>Potrzebna nauka systemów branżowych, programów hotelarskich</i>
<i>Potrzebne lekcje z obsługi klienta</i>
<i>Potrzebne narzędzia komputerowe wykorzystywane w pracy w turystyce</i>

<i>Potrzebne przedmioty z zakresu obsługi klienta i etyki zawodowej.</i>
<i>Praktyczne wykorzystywanie umiejętności interpersonalnych w pracy</i>
<i>Przygotowanie absolwentów na potrzeby obecnego rynku pracy, przygotowanie do stresujących sytuacji i reagować na nękanie pracowników</i>
<i>Uświadamianie nam realiów zapotrzebowania na rynku pracy w tej branży, zachęcanie bo wybrania ścieżki kariery</i>
<i>Wiedza z języków obcych na dobrym poziomie. Uważam, że nie każdy marzy o pracy kelnerem/kelnerką, więc było by dobrze aby było więcej zajęć praktycznych uczenia się języków, a mianowicie angielski (np. od A2 do B2 maks.), niemiecki (B1), dla studentów zagranicznych — polski (rozszerzony), hiszpański, francuski.</i>
<i>Więcej godzin praktycznych, np. poprawna obsługa klienta.</i>
<i>Więcej informacji o możliwości pracy w branży i możliwość staży</i>
<i>Więcej kontaktu z pracownikami z branży</i>
<i>Więcej lekcji z prawa turystycznego</i>
<i>Więcej przedmiotów kierunkowych, większość przedmiotów jest moim zdaniem niepotrzebnych</i>
<i>Więcej spotkań z pracownikami zatrudnionymi w branży turystycznej aby ukazać jak wygląda to od zewnątrz.</i>
<i>Więcej wyjazdów zagranicznych i praktyk zagranicznych</i>
<i>Więcej wykładów/ przedmiotów przygotowujących studenta do pracy z klientem jak i w branży turystycznej. Dodatkowo położenie większego nacisku na praktykę.</i>
<i>Więcej zajęć praktycznych na zajęciach np. praca po stronie pracownika biura podróży podczas rozmowy z klientem, współczesna praca w turystyce a nie książkowa</i>
<i>Więcej zajęć praktycznych zamiast samej teorii</i>
<i>Więcej zajęć praktycznych, staży oraz współpracy z branżą turystyczną.</i>
<i>Więcej zajęć z wykładowcami praktykującymi w zawodzie</i>
<i>Większa ilość wymian międzynarodowych, wymyślanie wyjazdów klasowych jako organizacja uczniowie się tym zajmują i lepsze firmy do wyboru na praktykach nie było żadnych znanych marek jak np. Itaka, TUI itp.</i>
<i>Większy nacisk na np. zajęcia z przygotowywanie wycieczek</i>
<i>Większy nacisk na rozwijanie umiejętności praktycznych</i>
<i>Współpraca z organizacjami międzynarodowymi zajmującymi się z rozwojem turystyki (np. UN Tourism)</i>
<i>Współpraca z uczelniami wyższymi</i>

Źródło: badania własne, 2026

Analiza wypowiedzi respondentów wskazuje, że najczęściej zgłaszaną potrzebą jest zwiększenie liczby zajęć praktycznych, praktyk zawodowych oraz staży, które umożliwiłyby lepsze przygotowanie do wykonywania przyszłej pracy. Badani podkreślali również konieczność zacieśnienia współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną, m.in. poprzez organizację

spotkań z praktykami, wizyt studyjnych oraz większe zaangażowanie pracodawców w proces kształcenia.

Respondenci zwracali także uwagę na potrzebę lepszego dostosowania programów nauczania do aktualnych potrzeb rynku pracy, rozwijania kompetencji cyfrowych, nauki obsługi branżowych systemów i nowych technologii oraz praktycznej nauki języków obcych. W wielu wypowiedziach pojawiały się również postulaty zwiększenia liczby przedmiotów kierunkowych, rozwijania umiejętności obsługi klienta oraz lepszego przygotowania do funkcjonowania w realiach współczesnego rynku turystycznego.

Wypowiedzi respondentów jednoznacznie wskazują, że oczekują oni większego praktycznego wymiaru kształcenia oraz silniejszego powiązania procesu edukacyjnego z potrzebami branży turystycznej. Zdaniem badanych działania te pozwolą lepiej przygotować absolwentów do wejścia na rynek pracy oraz zwiększą ich kompetencje i konkurencyjność zawodową.

Na zakończenie ankiety respondentów poproszono o wskazanie najważniejszych mocnych stron swojej szkoły lub uczelni w zakresie kształcenia turystycznego. Odpowiedzi miały charakter otwarty i pozwoliły zidentyfikować elementy procesu kształcenia oceniane przez badanych najwyżej.

Tabela 3 Opinie respondentów dotyczące najważniejszych mocnych stron szkół i uczelni w zakresie kształcenia turystycznego

Odpowiedzi
<i>Bardzo dobre przygotowanie do egzaminów zawodowych (faktury, programy imprez, umowy) itp.</i>
<i>Ciekawe zajęcia wszystkich wykładowców! Oprócz tego też wiedza, każdy wykładowca zawsze był dobrze przygotowany na każde zajęcia, ich wiedza na każdy temat jest bardzo duża.</i>
<i>Dobra baza teoretyczna z zakresu turystyki, zaangażowana kadra dydaktyczna oraz możliwość zdobywania podstawowych kompetencji zawodowych i językowych. Uczelnia zapewnia również rozwój umiejętności interpersonalnych i przygotowanie do pracy w branży usługowej.</i>

<i>Dobre przygotowanie do egzaminów zawodowych</i>
<i>Dobre przygotowanie teoretyczne</i>
<i>Dobry program nauczania</i>
<i>Dobrze przekazywana wiedza w dobry sposób</i>
<i>Dobrze przygotowana kadra dydaktyczna, szeroki zakres wiedzy kierunkowej oraz możliwość zdobycia podstawowych kompetencji potrzebnych w branży turystycznej</i>
<i>Dobrze uczący nauczyciele, odpowiednio kształcą i uczą do egzaminów zawodowych</i>
<i>Doświadczenie wykładowców</i>
<i>Dużo projektów w grupie</i>
<i>Dużo zajęć praktycznych związanych zawodowych</i>
<i>Duży zakres materiału, różnorodność oraz całokształt przedmiotów, które są ze sobą powiązane</i>
<i>Fajni nauczyciele</i>
<i>Geografia turystyczna na wysokim poziomie</i>
<i>Jest dużo praktyki niż teorii</i>
<i>Jest rozwój kompetencji miękkich</i>
<i>Jest ścisły kontakt ze studentem, doradztwo, kadra</i>
<i>Języki obce na dobrym poziomie</i>
<i>Kompetentni nauczyciele</i>
<i>Miła atmosfera pracy w grupie</i>
<i>Moim zdaniem najważniejszą mocną stroną uczelni jest połączenie wiedzy teoretycznej z praktyką oraz możliwość poznania realiów branży turystycznej.</i>
<i>Ważna jest także przyjazna atmosfera, kontakt z wykładowcami oraz rozwijanie umiejętności potrzebnych w nowoczesnej turystyce.</i>
<i>Może to że kilku wykładowców ma realną wiedzę praktyczną ale w skali całego roku studiów nie jest to dużo i wystarczająco</i>
<i>Możliwość staży, brania udziałów w kursach zawodowych</i>
<i>Nauka o prawie w turystyce</i>
<i>Nauka obsługi klienta, pracy w branży, tworzenia wycieczek, rozwijanie kompetencji twardych i miękkich</i>
<i>Nie wiem, bo nauczyciele uczą zgodnie z programem jednak nie ma chyba mocnych stron</i>
<i>Niektórzy wykładowcy są kompetentni i posiadają wiedzę z której można się dowiedzieć wielu rzeczy ale jest ich niestety zdecydowanie za mało</i>
<i>O możliwość współpracy z branżą HoReCa</i>
<i>Organizowanie praktyk /stażów zagranicznych</i>
<i>Poznanie szczegółów rynku turystycznego</i>
<i>Praktycy jako wykładowcy, duża wiedza może nie koniecznie do kierunku w jakim chciałabym pracować ale ogólnie przydatnych do życia</i>
<i>Programy studiów dostosowane do rynku pracy, kameralne środowisko nauki, sprzyjające kontaktowi student–wykładowca, praktyczne ukierunkowanie studiów – nacisk na przygotowanie do realnej pracy w branży turystycznej i hotelarskiej, wykwalifikowana kadra dydaktyczna z doświadczeniem w sektorze turystyki.</i>
<i>Prowadzenie zajęć przez osoby bardzo wykształcone z zakresu przedmiotów, które prowadzi</i>

<i>Przygotowanie do egzaminów</i>
<i>Są dobrzy nauczyciele</i>
<i>Są praktyki i staże</i>
<i>Są wykształceni nauczyciele</i>
<i>Systematyczność nauki i stawiane duże wymagania</i>
<i>Ważną mocną stroną jest także współpraca z branżą turystyczną, np. z hotelami, biurami podróży czy organizacjami turystycznymi. Dzięki temu studenci mogą zdobywać doświadczenie i nawiązywać kontakty zawodowe jeszcze w trakcie studiów. Nie można też pominąć elastyczności studiowania, co jest szczególnie ważne dla osób pracujących – uczelnia oferuje różne tryby nauki, co ułatwia łączenie studiów z pracą. Dodatkowo istotna jest przyjazna atmosfera i wsparcie wykładowców, którzy często mają doświadczenie praktyczne i chętnie dzielą się wiedzą.</i>
<i>Wspomaganie na rynku pracy po ukończeniu studiów/ podczas studiów</i>
<i>Współpraca z uczelnią turystyczną</i>
<i>Wszystko jest na wysokim poziomie łącznie z prowadzącymi</i>
<i>Wszystko jest ważne</i>
<i>Wykładowcy są z branży, mają sporo doświadczenia i wiedzy na dane tematy.</i>
<i>Wykwalifikowana kadra</i>
<i>Zaangażowanie nauczycieli, wyjścia w teren</i>
<i>Zajęcia praktyczne</i>
<i>Zajęcia z profesorami doświadczonymi w tej dziedzinie</i>
<i>Zajęcia zawodowe</i>

Źródło: badania własne, 2026

Analiza wypowiedzi respondentów wskazuje, że za największy atut szkół i uczelni uznawana była kompetentna i zaangażowana kadra dydaktyczna, często posiadająca doświadczenie zawodowe w branży turystycznej. Wielu badanych podkreślało również wysoki poziom przygotowania teoretycznego, dobrze opracowane programy nauczania oraz skuteczne przygotowanie do egzaminów zawodowych.

Istotną mocną stroną okazały się także zajęcia praktyczne, praktyki i staże, które umożliwiają zdobywanie doświadczenia zawodowego oraz poznanie realiów funkcjonowania branży turystycznej. Respondenci doceniali również możliwość rozwijania kompetencji zawodowych, językowych i interpersonalnych, a także współpracę z przedsiębiorstwami turystycznymi i przyjazną atmosferę sprzyjającą nauce.

Wypowiedzi respondentów pokazują, że największymi atutami szkół i uczelni są wysoko wykwalifikowana kadra dydaktyczna, odpowiednie przygotowanie teoretyczne oraz praktyczny wymiar kształcenia. Zdaniem badanych elementy te stanowią solidną podstawę przygotowania do pracy w branży turystycznej, choć część respondentów wskazuje jednocześnie na potrzebę dalszego wzmacniania współpracy z branżą oraz rozwijania zajęć praktycznych.

5. WERYFIKACJA PYTAŃ I HIPOTEZ BADAWCZYCH

Przeprowadzone badania umożliwiły ocenę jakości edukacji turystycznej z perspektywy uczniów i studentów kierunków turystycznych oraz pozwoliły na weryfikację przyjętych założeń badawczych. Analiza zgromadzonego materiału empirycznego wskazuje, że współczesny system kształcenia jest generalnie pozytywnie oceniany przez respondentów, choć jednocześnie dostrzegają oni potrzebę jego dalszego doskonalenia.

Analiza uzyskanych odpowiedzi pozwala na weryfikację przyjętych hipotez badawczych.

Hipoteza H1, zakładająca, że uczniowie i studenci kierunków turystycznych pozytywnie oceniają stopień dostosowania realizowanych programów kształcenia do potrzeb współczesnego rynku pracy, została potwierdzona. Ponad połowa respondentów uznała, że oferta edukacyjna odpowiada wymaganiom branży turystycznej, jednak znaczna część badanych wskazała również na konieczność wprowadzenia zmian zwiększających praktyczny charakter kształcenia.

Hipoteza H2, zgodnie z którą szkoły i uczelnie skutecznie rozwijają podstawowe kompetencje miękkie i zawodowe, lecz wymagają wzmocnienia elementów praktycznych, została potwierdzona. Respondenci wysoko ocenili rozwój takich kompetencji, jak praca zespołowa, komunikatywność, kreatywność czy organizacja usług turystycznych, jednocześnie wskazując na niedostateczny poziom kształcenia praktycznego.

Hipoteza H3, zakładająca wzrost znaczenia kompetencji językowych, cyfrowych i technologicznych, została potwierdzona. Badani uznali

znajomość języków obcych, kompetencje cyfrowe oraz umiejętność wykorzystywania nowych technologii za jedno z najważniejszych obszarów kompetencyjnych we współczesnej turystyce.

Hipoteza H4, odnosząca się do pozytywnej oceny współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną przy jednoczesnej potrzebie jej dalszego rozwijania, została potwierdzona. Ponad połowa respondentów pozytywnie oceniła istniejące relacje z otoczeniem społeczno-gospodarczym, jednak zwrócono uwagę na konieczność intensyfikacji współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami branżowymi.

Hipoteza H5, zgodnie z którą uczniowie i studenci oczekują większego powiązania procesu kształcenia z praktyką gospodarczą, została potwierdzona. Badani podkreślali potrzebę zwiększenia liczby praktyk i staży zawodowych, szerszego wykorzystania nowoczesnych technologii oraz większego udziału przedstawicieli branży turystycznej w procesie dydaktycznym.

Przeprowadzone badania potwierdziły, że współczesna edukacja turystyczna stanowi ważny element przygotowania przyszłych kadr dla sektora turystycznego, jednak wymaga dalszego dostosowywania do dynamicznie zmieniających się uwarunkowań rynku pracy.

6. WNIOSKI I REKOMENDACJE

6.1. Najważniejsze wnioski

Przeprowadzone badania wskazują, że:

- strukturę badanej próby zdominowali uczniowie techników o profilu turystycznym (75%), natomiast studenci studiów licencjackich stanowili 21% respondentów, a studenci studiów magisterskich 2%. Badanie odzwierciedla zatem przede wszystkim opinie osób znajdujących się na początkowym etapie przygotowania zawodowego.
- respondenci pochodzili z wielu miejscowości zlokalizowanych w różnych częściach Polski, przy czym najliczniej reprezentowane były Krosno, Gdynia, Gdańsk oraz Mińsk Mazowiecki. Zdecydowana większość badanych realizowała kształcenie w trybie stacjonarnym (89%).
- większość respondentów (59%) pozytywnie oceniła stopień dostosowania profilu kształcenia do potrzeb współczesnego rynku pracy, jednak niemal co czwarty badany (23%) uznał, że programy nauczania jedynie częściowo odpowiadają oczekiwaniom branży turystycznej.
- najliczniejszą grupę stanowili uczniowie i studenci kierunków: Turystyka (44%), Technik obsługi turystycznej (32%) oraz Turystyka i rekreacja (25%), co sprawia, że uzyskane wyniki odnoszą się przede wszystkim do głównych segmentów edukacji turystycznej.
- pozytywnie rozwój kompetencji miękkich oceniło 63% respondentów, przy czym za najlepiej rozwijane uznano umiejętność pracy zespołowej (45%), komunikatywność (44%) oraz kreatywność (43%). Jednocześnie

stosunkowo niewiele wskazań uzyskały orientacja na klienta (21%) oraz umiejętność pracy w środowisku międzykulturowym (1%).

- kompetencje zawodowe rozwijane w procesie kształcenia zostały pozytywnie ocenione przez 67% badanych. Najwyżej oceniono organizację i sprzedaż imprez turystycznych (49%), planowanie programów rekreacyjnych (31%) oraz obsługę klienta w branży turystycznej (29%). Najniższe oceny dotyczyły praktycznego wykorzystania wiedzy oraz marketingu internetowego (po 1%).

- za najważniejsze kompetencje zawodowe przyszłych pracowników branży turystycznej respondenci uznali budowanie i utrzymywanie relacji z klientami (59%), znajomość języków obcych (46%) oraz organizację wydarzeń turystycznych (42%). Wysoko oceniono również kompetencje cyfrowe, marketingowe i technologiczne.

- zdaniem respondentów w najbliższych latach największego znaczenia nabiorą znajomość języków obcych (66%), kompetencje cyfrowe związane m.in. z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, systemów CRM i systemów rezerwacyjnych (49%), a także umiejętność wykorzystywania nowych technologii (33%) oraz funkcjonowania w środowisku wielokulturowym (33%).

- najczęściej wskazywanym obszarem wymagającym wzmocnienia okazały się praktyczne umiejętności zawodowe (51%). Respondenci zwracali również uwagę na potrzebę lepszego rozwijania umiejętności obsługi klienta (38%), obsługi programów komputerowych (30%), znajomości rynku pracy (29%) oraz nowych technologii wykorzystywanych w turystyce (28%).

- współpraca szkół i uczelni z branżą turystyczną została pozytywnie oceniona przez 57% respondentów, jednak 22% badanych oceniło ją jako przeciętną, a 13% negatywnie, co wskazuje na potrzebę dalszego rozwijania partnerstwa pomiędzy edukacją a otoczeniem społeczno-gospodarczym.

- najczęściej spotykaną formą współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną pozostają praktyki i staże (45%). Znacznie rzadziej wskazywano konsultacje programów nauczania z pracodawcami (23%), organizację konferencji i spotkań informacyjnych (21%) oraz realizację wspólnych projektów (19%).
- jedynie 16% respondentów stwierdziło, że ich szkoła lub uczelnia systematycznie monitoruje losy zawodowe absolwentów, natomiast aż 38% badanych nie posiadało wiedzy na ten temat. Wyniki te wskazują na potrzebę intensyfikacji działań w zakresie monitoringu karier absolwentów oraz skuteczniejszej komunikacji w tym obszarze.
- respondenci oczekują przede wszystkim szerszej współpracy szkół i uczelni z Polską Organizacją Turystyczną (41%), Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi (32%), Ministerstwem Sportu i Turystyki (30%) oraz Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi (29%).
- pozytywną ocenę przygotowania do pracy w branży turystycznej wyraziło 64% badanych, jednak 23% respondentów oceniło je jako przeciętne, a 13% negatywnie, co potwierdza potrzebę dalszego wzmacniania praktycznego wymiaru edukacji oraz dostosowywania programów nauczania do potrzeb rynku pracy.
- w odpowiedziach otwartych respondenci najczęściej wskazywali na konieczność zwiększenia liczby zajęć praktycznych, praktyk zawodowych i staży, rozwijania kompetencji cyfrowych oraz zacieśnienia współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną. Za największe atuty edukacji turystycznej uznano natomiast kompetentną kadrę dydaktyczną, wysoki poziom przygotowania teoretycznego oraz praktyczny wymiar kształcenia.

6.2. Rekomendacje dla uczniów i studentów kierunków turystycznych

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że skuteczne przygotowanie do funkcjonowania we współczesnej branży turystycznej wymaga od uczniów i studentów nie tylko zdobywania wiedzy teoretycznej, lecz także systematycznego rozwijania kompetencji praktycznych, społecznych i cyfrowych. Respondenci zwracali szczególną uwagę na potrzebę zwiększenia praktycznego wymiaru kształcenia, poszerzania wiedzy dotyczącej nowych technologii, doskonalenia umiejętności językowych oraz aktywniejszej współpracy szkół i uczelni z przedstawicielami branży turystycznej. W związku z tym rekomenduje się podjęcie następujących działań:

1) Aktywne zdobywanie doświadczenia zawodowego

Uczniowie i studenci powinni możliwie wcześniej podejmować praktyki, staże, wolontariat oraz inne formy aktywności zawodowej związane z turystyką. Zdobywanie doświadczenia już na etapie edukacji pozwala lepiej poznać specyfikę funkcjonowania branży, rozwijać kompetencje praktyczne oraz zwiększać swoje szanse na rynku pracy.

2) Rozwijanie kompetencji językowych

Ze względu na międzynarodowy charakter współczesnej turystyki szczególne znaczenie ma systematyczne doskonalenie znajomości języków obcych. Oprócz języka angielskiego warto rozwijać kompetencje językowe w zakresie innych języków, które mogą zwiększyć możliwości zatrudnienia w różnych segmentach rynku turystycznego.

3) Doskonalenie kompetencji społecznych i międzykulturowych

Praca w turystyce wymaga wysokiego poziomu komunikatywności, umiejętności współpracy, kreatywności oraz zdolności funkcjonowania w zróżnicowanym środowisku społecznym i kulturowym. Uczniowie i studenci powinni świadomie rozwijać kompetencje interpersonalne oraz umiejętności związane z obsługą klientów reprezentujących różne kultury i narodowości.

4) Rozwijanie kompetencji cyfrowych

Istotnym elementem przygotowania zawodowego jest zdobywanie umiejętności związanych z wykorzystaniem nowych technologii, systemów rezerwacyjnych, mediów społecznościowych oraz narzędzi informatycznych stosowanych we współczesnej turystyce. Kompetencje te będą odgrywały coraz większą rolę w przyszłej karierze zawodowej.

5) Poszerzanie wiedzy o rynku pracy i funkcjonowaniu branży turystycznej

Rekomenduje się aktywne śledzenie zmian zachodzących w sektorze turystycznym, poznawanie specyfiki poszczególnych segmentów rynku oraz analizowanie oczekiwań pracodawców. Pozwoli to na bardziej świadome planowanie własnej ścieżki zawodowej oraz lepsze dostosowanie kwalifikacji do potrzeb rynku.

6) Korzystanie z dodatkowych form kształcenia

Warto uczestniczyć w kursach, szkoleniach, warsztatach, konferencjach, wizytach studyjnych oraz wydarzeniach branżowych. Działania te umożliwiają zdobycie nowych kompetencji, poszerzenie sieci kontaktów zawodowych oraz poznanie praktycznych aspektów funkcjonowania sektora turystycznego.

7) Aktywne uczestnictwo we współpracy edukacji z branżą

Uczniowie i studenci powinni wykorzystywać możliwości współpracy szkół i uczelni z przedsiębiorstwami turystycznymi, organizacjami branżowymi oraz instytucjami publicznymi. Udział w projektach, spotkaniach z praktykami czy przedsięwzięciach realizowanych wspólnie z branżą może ułatwić wejście na rynek pracy i skuteczniej przygotować do przyszłych obowiązków zawodowych.

8) Świadome planowanie rozwoju zawodowego

Ze względu na dynamiczne zmiany zachodzące w turystyce konieczne jest przyjęcie postawy sprzyjającej ciągłemu uczeniu się i podnoszeniu kwalifikacji. Szczególne znaczenie mają elastyczność, gotowość

do zdobywania nowych umiejętności oraz otwartość na zmieniające się wymagania rynku pracy.

Realizacja powyższych rekomendacji może przyczynić się do lepszego przygotowania uczniów i studentów do funkcjonowania w sektorze turystycznym, zwiększenia ich szans na zatrudnienie oraz skuteczniejszego dostosowania kompetencji przyszłych pracowników do potrzeb współczesnego rynku turystycznego.

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	13
Tabela 2 Opinie respondentów dotyczące najbardziej potrzebnych zmian	51
Tabela 3 Opinie respondentów dotyczące najważniejszych mocnych stron szkół i uczelni w zakresie kształcenia turystycznego	53

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1 Struktura badanych według typu szkoły lub uczelni (N=290) (%)	22
Wykres 2 Miejsce zamieszkania respondentów, którzy udzielili odpowiedzi na pytanie (N=290) (%)	24
Wykres 3 Charakterystyka respondentów według trybu i poziomu realizowanego kształcenia (N=290) (%)	26
Wykres 4 Ocena dostosowania profilu kształcenia do potrzeb rynku pracy	27
Wykres 5 Kierunki i specjalności o profilu turystycznym realizowane przez respondentów (N=290) (%)	29
Wykres 6 Ocena zakresu kompetencji miękkich rozwijanych w toku kształcenia (N=290) (%)	31
Wykres 7 Kompetencje miękkie najlepiej rozwijane w szkole lub uczelni	32
Wykres 8 Ocena zakresu kompetencji zawodowych rozwijanych w toku kształcenia (N=290) (%)	34
Wykres 9 Samoocena przygotowania respondentów do podjęcia pracy	36
Wykres 10 Najważniejsze kompetencje zawodowe przyszłych pracowników branży turystycznej w opinii respondentów (N=290) (%)	38
Wykres 11 Kwalifikacje i kompetencje, które będą zyskiwać na znaczeniu	40
Wykres 12 Obszary wiedzy i umiejętności najczęściej niewystarczająco rozwijane w toku kształcenia w opinii respondentów (N=290) (%)	42
Wykres 13 Ocena współpracy szkoły lub uczelni z branżą turystyczną	43
Wykres 14 Formy współpracy szkoły lub uczelni z branżą turystyczną,	45
Wykres 15 Opinie respondentów dotyczące monitorowania losów zawodowych absolwentów przez szkołę lub uczelnię (N=290) (%)	47
Wykres 16 Instytucje i organizacje, z którymi szkoły i uczelnie powinny szerzej współpracować w celu podnoszenia jakości kształcenia w turystyce (N=290) (%)	48
Wykres 17 Ogólna ocena szkoły lub uczelni w zakresie przygotowania do pracy w branży turystycznej (N=290) (%)	50

Załącznik 1- Kwestionariusz ankiety

OPINIE UCZNIÓW I STUDENTÓW KIERUNKÓW TURYSTYCZNYCH NA TEMAT JAKOŚCI KSZTAŁCENIA W SZKOŁACH I UCZELNIACH TURYSTYCZNYCH

<https://forms.cloud.microsoft/e/44YK1d0Nd1>

Szanowni Państwo, zwracam się z uprzejmą prośbą o udział w badaniu dotyczącym oceny procesu kształcenia oraz przygotowania zawodowego w turystyce z perspektywy uczniów i studentów kierunków turystycznych. Celem badania jest poznanie opinii respondentów na temat przydatności realizowanych programów nauczania w kontekście przyszłej pracy zawodowej w branży turystycznej, w tym w szczególności poziomu przygotowania praktycznego, zakresu rozwijanych kompetencji zawodowych i miękkich, a także stopnia wykorzystania nowoczesnych narzędzi i technologii branżowych w procesie dydaktycznym. Uzyskane wyniki posłużą do pogłębionej analizy jakości kształcenia w obszarze turystyki oraz będą stanowiły podstawę do formułowania rekomendacji dotyczących doskonalenia programów nauczania. Wnioski z badania mogą przyczynić się do lepszego dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy, a także do podniesienia efektywności przygotowania młodych osób do pracy w branży turystycznej. Udział w badaniu jest całkowicie dobrowolny. Zebrane dane zostaną wykorzystane wyłącznie do celów naukowych oraz analiz statystycznych. Zapewniam pełną poufność – wszystkie informacje będą przetwarzane w sposób uniemożliwiający identyfikację poszczególnych respondentów.

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

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

1) PROSZĘ WSKAZAĆ TYP SZKOŁY / UCZELNI, DO KTÓREJ PAŃSTWO UCZĘSZCZAJĄ

- ☐ Technikum o profilu turystycznym
- ☐ Liceum o profilu turystycznym
- ☐ Szkoła branżowa/zawodowa
- ☐ Uczelnia wyższa – studia licencjackie
- ☐ Uczelnia wyższa – studia magisterskie
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

2) PROSZĘ O PODANIE MIEJSCA PAŃSTWA ZAMIESZKANIA

.....

3) W JAKIM TRYBIE REALIZUJĄ PAŃSTWO KSZTAŁCENIE?

(można wybrać jedną odpowiedź)

- ☐ Szkoła branżowa I stopnia
- ☐ Szkoła branżowa II stopnia
- ☐ Studia I stopnia
- ☐ Studia II stopnia
- ☐ Jednolite studia magisterskie
- ☐ Tryb stacjonarny
- ☐ Tryb niestacjonarny

4) JAK OCENIAJĄ PAŃSTWO PROFIL KSZTAŁCENIA REALIZOWANY W PAŃSTWA SZKOLE / UCZELNI? (można wybrać jedną odpowiedź)

- ☐ Zdecydowanie odpowiada potrzebom rynku pracy
- ☐ Raczej odpowiada potrzebom rynku pracy
- ☐ Częściowo odpowiada potrzebom rynku pracy
- ☐ Raczej nie odpowiada potrzebom rynku pracy
- ☐ Zdecydowanie nie odpowiada potrzebom rynku pracy
- ☐ Trudno powiedzieć

**5) JAKI KIERUNEK LUB SPECJALNOŚĆ O PROFILU TURYSTYCZNYM
PAŃSTWO REALIZUJĄ? (można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)**

- ☐ Agroturystyka
- ☐ Biznes turystyczny
- ☐ Ekoturystyka
- ☐ Gastronomia
- ☐ Gastronomia i hotelarstwo
- ☐ Geoturystyka
- ☐ Gospodarka turystyczna
- ☐ Hotelarstwo i animacja czasu wolnego
- ☐ Język angielski w turystyce
- ☐ Krajoznawstwo i turystyka kulturowa
- ☐ Przewodnictwo i pilotaż turystyczny
- ☐ Technik obsługi turystycznej
- ☐ Technik żywienia i usług gastronomicznych
- ☐ Turystyka
- ☐ Turystyka i hotelarstwo
- ☐ Turystyka i rekreacja
- ☐ Turystyka kulturowa
- ☐ Turystyka przyrodnicza
- ☐ Turystyka religijna
- ☐ Turystyka zdrowotna
- ☐ Turystyka zrównoważona
- ☐ Zarządzanie w turystyce
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

**6) JAK OCENIAJĄ PAŃSTWO ZAKRES KOMPETENCJI MIĘKKICH
ROZWIJANYCH W TOKU KSZTAŁCENIA? (można wybrać jedną odpowiedź)**

- ☐ Bardzo dobrze
- ☐ Raczej dobrze
- ☐ Średnio
- ☐ Raczej słabo
- ☐ Bardzo słabo

7) KTÓRE KOMPETENCJE MIĘKKIE SĄ, PAŃSTWA ZDANIEM, NAJLEPIEJ ROZWIJANE W PAŃSTWA SZKOLE / UCZELNI?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Komunikatywność
- ☐ Kreatywność
- ☐ Orientacja na klienta
- ☐ Radzenie sobie ze stresem
- ☐ Samodzielność i inicjatywa
- ☐ Umiejętność adaptacji do sytuacji
- ☐ Umiejętność pracy w zespole
- ☐ Umiejętność rozwiązywania problemów
- ☐ Umiejętność zarządzania czasem
- ☐ Otwartość i życzliwość wobec innych osób
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

8) JAK OCENIAJĄ PAŃSTWO ZAKRES KOMPETENCJI ZAWODOWYCH ROZWIJANYCH W TOKU KSZTAŁCENIA? (można wybrać jedną odpowiedź)

- ☐ Bardzo dobrze
- ☐ Raczej dobrze
- ☐ Średnio
- ☐ Raczej słabo
- ☐ Bardzo słabo

9) KTÓRE KOMPETENCJE ZAWODOWE SĄ, PAŃSTWA ZDANIEM, NAJLEPIEJ ROZWIJANE W PAŃSTWA SZKOLE / UCZELNI?

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Organizacja i sprzedaż imprez turystycznych
- ☐ Organizacja usług gastronomicznych
- ☐ Planowanie programów rekreacyjnych
- ☐ Obsługa klienta w branży turystycznej
- ☐ Planowanie i koordynacja podróży

- ☐ Prowadzenie dokumentacji i rozliczeń finansowych w turystyce
- ☐ Tworzenie i promowanie produktów turystycznych
- ☐ Wiedza z zakresu geografii turystycznej
- ☐ Wiedza z zakresu ekologii i zrównoważonego rozwoju w turystyce
- ☐ Znajomość języków obcych w kontekście zawodowym
- ☐ Znajomość prawa turystycznego
- ☐ Znajomość standardów jakości i obsługi klienta
- ☐ Znajomość systemów rezerwacyjnych i programów branżowych
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

**10) KTÓRE KOMPETENCJE ZAWODOWE UWAŻAJĄ PAŃSTWO
ZA NAJWAŻNIEJSZE DLA PRZYSZŁYCH PRACOWNIKÓW BRANŻY
TURYSTYCZNEJ? (można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)**

- ☐ Budowanie i utrzymywanie relacji z klientami
- ☐ Doradztwo w zakresie podróży
- ☐ Kompetencje cyfrowe w promocji ofert turystycznych
- ☐ Koordynowanie eventów
- ☐ Organizacja wydarzeń turystycznych
- ☐ Prowadzenie promocji w mediach społecznościowych
- ☐ Prowadzenie sprzedaży usług turystycznych online
- ☐ Sprawne posługiwanie się systemami rezerwacyjnymi i aplikacjami
- ☐ Tworzenie i promocja nowych produktów turystycznych
- ☐ Umiejętność obsługi klienta i komunikacji interpersonalnej
- ☐ Umiejętność organizacji imprez turystycznych
- ☐ Umiejętność wykorzystania nowych technologii
- ☐ Umiejętność zarządzania projektami
- ☐ Znajomość języków obcych
- ☐ Znajomość nowoczesnych metod i narzędzi marketingowych
- ☐ Znajomość standardów hotelarskich
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

**11) JAKIE KWALIFIKACJE LUB KOMPETENCJE BĘDĄ, PAŃSTWA ZDANIEM,
ZYSKIWAĆ NA ZNACZENIU W NAJBLIŻSZYCH LATACH?**

(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
- ☐ Wykorzystanie nowych technologii
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

**12) JAKIE OBSZARY WIEDZY LUB UMIEJĘTNOŚCI SĄ, PAŃSTWA ZDANIEM,
NAJCZĘŚCIEJ NIEDOSTATECZNIE ROZWINIĘTE W TOKU KSZTAŁCENIA?**

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Praktyczne umiejętności zawodowe
- ☐ Umiejętność obsługi klienta
- ☐ Umiejętność obsługi podstawowych programów komputerowych
- ☐ 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
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

**13) JAK OCENIAJĄ PAŃSTWO WSPÓŁPRACĘ PAŃSTWA SZKOŁY / UCZELNI
Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ? (można wybrać jedną odpowiedź)**

- ☐ Bardzo dobrze
- ☐ Raczej dobrze
- ☐ Średnio
- ☐ Raczej słabo
- ☐ Bardzo słabo
- ☐ Nie wiem

**14) Z JAKIMI FORMAMI WSPÓŁPRACY PAŃSTWA SZKOŁY / UCZELNI
Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ SPOTKALI SIĘ PAŃSTWO?**

(można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Konsultacje programów nauczania z pracodawcami
- ☐ Organizacja konferencji i spotkań informacyjnych
- ☐ Organizacja praktyk i staży
- ☐ Organizacja wizyt studyjnych
- ☐ Organizowanie konkursów branżowych
- ☐ Realizacja wspólnych projektów
- ☐ Realizacja wspólnych wydarzeń i imprez promocyjnych
- ☐ Udział pracodawców w zajęciach dydaktycznych
- ☐ Udział pracodawców w komisjach programowych / konsultacjach
- ☐ Wspólne działania promocyjne w Internecie
- ☐ Współpraca nauczycieli / wykładowców z przedstawicielami sektora turystycznego
- ☐ Brak współpracy
- ☐ Nie wiem
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

15) CZY PAŃSTWA ZDANIEM, SZKOŁA / UCZELNIA MONITORUJE LOSY ZAWODOWE ABSOLWENTÓW? (można wybrać jedną odpowiedź)

- ☐ Tak, systematycznie
- ☐ Tak, ale w ograniczonym zakresie
- ☐ Nie
- ☐ Nie wiem

16) Z JAKIMI INSTYTUCJAMI LUB ORGANIZACJAMI, PAŃSTWA ZDANIEM, PAŃSTWA SZKOŁA / UCZELNIA POWINNA SZERZEJ WSPÓŁPRACOWAĆ W CELU PODNOSZENIA JAKOŚCI KSZTAŁCENIA I STANDARDÓW PRACY W TURYSTYCE? (można wybrać więcej niż jedną odpowiedź)

- ☐ Branżowe Centra Umiejętności (BCU)
- ☐ Forum Turystyki Regionów
- ☐ 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
- ☐ Jednostki samorządu terytorialnego (JST)
- ☐ Organizacje/stowarzyszenia skupiające przedsiębiorców z branży turystycznej
- ☐ Inne (jakie?) proszę opisać...

**17) JAK OGÓLNIE OCENIAJĄ PAŃSTWO SWOJĄ SZKOŁĘ / UCZELNIĘ
W ZAKRESIE PRZYGOTOWANIA DO PRACY W TURYSTYCE?**

(można wybrać jedną odpowiedź)

- ☐ Bardzo dobrze
- ☐ Raczej dobrze
- ☐ Średnio
- ☐ Raczej słabo
- ☐ Bardzo słabo

**18) JAKIE ZMIANY W PAŃSTWA SZKOLE / UCZELNI UWAŻAJĄ PAŃSTWO
ZA NAJBARDZIEJ POTRZEBNE, ABY LEPIEJ PRZYGOTOWYWAŁA DO PRACY
W TURYSTYCE? (pytanie otwarte)**

.....

**19) JAKIE MOCNE STRONY PAŃSTWA SZKOŁY / UCZELNI W ZAKRESIE
KSZTAŁCENIA TURYSTYCZNEGO UWAŻAJĄ PAŃSTWO ZA NAJWAŻNIEJSZE?
(pytanie otwarte)**

.....