

RAPORT SYNTETYCZNY

KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH A POTRZEBY RYNKU PRACY

- perspektywa branży, edukacji,
samorządu terytorialnego oraz uczniów
i studentów kierunków turystycznych



Lider:



Partnerzy:



SPIS TREŚCI

WSTĘP	4
WPROWADZENIE	6
CEL I ZAKRES RAPORTU SYNTETYCZNEGO	6
CHARAKTERYSTYKA PROJEKTÓW BADAWCZYCH	7
ZNACZENIE RAPORTU DLA ROZWOJU POLITYKI EDUKACYJNEJ I TURYSTYCZNEJ	8
1. KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH WOBEC WYZWAŃ WSPÓŁCZESNEGO RYNKU PRACY	9
1.1. ZNACZENIE KAPITAŁU LUDZKIEGO DLA ROZWOJU TURYSTYKI	9
1.2. TRENDY WPŁYWAJĄCE NA RYNEK PRACY W TURYSTYCE	10
1.3. INSTYTUCJONALNY SYSTEM ROZWOJU KADR TURYSTYCZNYCH W POLSCE	11
2. METODYKA BADAŃ	15
2.1. ZAŁOŻENIA PROJEKTU BADAWCZEGO	15
2.2. CHARAKTERYSTYKA METODOLOGICZNA PROJEKTÓW BADAWCZYCH	16
2.3. ZASTOSOWANE NARZĘDZIA BADAWCZE	17
2.4. OBSZARY ANALIZY PORÓWNAWCZEJ	18
2.5. OGRANICZENIA BADAWCZE	19
3. DIAGNOZA SYSTEMU KSZTAŁCENIA KADR TURYSTYCZNYCH W POLSCE – ANALIZA PORÓWNAWCZA	21
3.1. OCENA DOSTOSOWANIA SYSTEMU KSZTAŁCENIA DO POTRZEB RYNKU PRACY Z PERSPEKTYWY RÓŻNYCH GRUP RESPONDENTÓW	21
3.2. KOMPETENCJE ROZWIJANE W PROCESIE KSZTAŁCENIA – PERSPEKTYWA PRZEDSIĘBIORCÓW, SZKÓŁ, SAMORZĄDÓW ORAZ UCZNIÓW I STUDENTÓW	24
3.3. KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI I ZMIENIAJĄCE SIĘ POTRZEBY RYNKU PRACY	25
3.4. ŁUKI KOMPETENCYJNE I BARIERY W PROCESIE KSZTAŁCENIA	26
3.5. WSPÓŁPRACA EDUKACJI, BRANŻY I SAMORZĄDU – OCENA RÓŻNYCH GRUP RESPONDENTÓW	28

4.	KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI W TURYSTYCE	30
4.1.	PRZEMIANY RYNKU TURYSTYCZNEGO A NOWE OCZEKIWANIA WOBEC KADR	30
4.2.	KOMPETENCJE CYFROWE I TECHNOLOGICZNE	32
4.3.	KOMPETENCJE SPOŁECZNE I INTERPERSONALNE	33
4.4.	KOMPETENCJE JĘZYKOWE I MIĘDZYKULTUROWE	33
4.5.	KOMPETENCJE MENEDŻERSKIE, ORGANIZACYJNE I ADMINISTRACYJNE	34
4.6.	UCZENIE SIĘ PRZEZ CAŁE ŻYCIE JAKO WARUNEK ROZWOJU ZAWODOWEGO	35
5.	<u>LUKI KOMPETENCYJNE I BARIERY W ROZWOJU KADR TURYSTYCZNYCH</u>	36
5.1.	NIEDOPASOWANIE KOMPETENCYJNE POMIĘDZY SYSTEMEM EDUKACJI A POTRZEBAMI RYNKU PRACY	36
5.2.	DEFICYT KOMPETENCJI PRAKTYCZNYCH	37
5.3.	NIEDOBORY KOMPETENCJI CYFROWYCH I TECHNOLOGICZNYCH	39
5.4.	BARIERY W PRZYGOTOWANIU DO PRACY W ADMINISTRACJI SAMORZĄDOWEJ	40
5.5.	BARIERY SYSTEMOWE OGRANICZAJĄCE ROZWÓJ KADR TURYSTYCZNYCH	41
6.	<u>WNIOSKI I REKOMENDACJE</u>	43
6.1.	NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI	43
6.2.	REKOMENDACJE	45
	<u>ZAKOŃCZENIE</u>	48
	<u>STRESZCZENIE</u>	50
	<u>ANEKS 1. CHARAKTERYSTYKA PROJEKTÓW BADAWCZYCH UWZGLĘDNIONYCH W RAPORCIE SYNTETYCZNYM</u>	53
	<u>ANEKS 2. MATRYCA KOMPETENCJI I LUK KOMPETENCYJNYCH W SEKTORZE TURYSTYKI</u>	61
	<u>ANEKS 3. KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI W TURYSTYCE – ZESTAWIENIE PORÓWNAWCZE</u>	64
	<u>ANEKS 4. ZBIORCZE ZESTAWIENIE REKOMENDACJI DLA SYSTEMU KSZTAŁCENIA KADR TURYSTYCZNYCH</u>	67
	<u>INFORMACJA O ŹRÓDŁACH</u>	70
	<u>SPIS TABEL</u>	70

WSTĘP

Współczesny sektor turystyczny należy do najbardziej dynamicznie rozwijających się obszarów gospodarki, podlegających intensywnym przemianom społecznym, gospodarczym, technologicznym i kulturowym. Postępująca cyfryzacja, rozwój nowych modeli biznesowych, zmieniające się preferencje turystów, rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz coraz większa konkurencja pomiędzy destynacjami, regionami i przedsiębiorstwami sprawiają, że szczególnego znaczenia nabiera jakość kapitału ludzkiego oraz stopień przygotowania pracowników do funkcjonowania w wymagającym i stale ewoluującym otoczeniu.

Turystyka jest sektorem, którego rozwój w dużej mierze zależy od kompetencji osób zaangażowanych w świadczenie usług, organizację i obsługę ruchu turystycznego, promocję destynacji, zarządzanie przedsiębiorstwami oraz planowanie rozwoju lokalnego i regionalnego. W przeciwieństwie do wielu innych gałęzi gospodarki, kluczową rolę odgrywają tu nie tylko kwalifikacje zawodowe, lecz także kompetencje społeczne, umiejętność współpracy, znajomość języków obcych, zdolność wykorzystywania nowoczesnych technologii oraz gotowość do ciągłego podnoszenia kwalifikacji.

Rosnące znaczenie turystyki dla rozwoju społeczno-gospodarczego powoduje, że coraz większej uwagi wymagają zagadnienia związane z kształceniem przyszłych kadr. Szczególnie istotne staje się określenie, w jakim stopniu system edukacji odpowiada na potrzeby rynku pracy oraz czy absolwenci szkół i uczelni dysponują kompetencjami niezbędnymi do podjęcia zatrudnienia w przedsiębiorstwach turystycznych, organizacjach branżowych oraz jednostkach administracji samorządowej.

Wyzwania stojące przed systemem kształcenia mają charakter wielowymiarowy. Z jednej strony przedsiębiorcy wskazują na potrzebę wzmacniania praktycznego wymiaru edukacji, rozwijania kompetencji cyfrowych i językowych oraz lepszego przygotowania absolwentów do pracy w konkretnych segmentach rynku. Z drugiej strony przedstawiciele szkół i uczelni podkreślają konieczność ciągłego dostosowywania programów nauczania do dynamicznych zmian zachodzących w sektorze turystycznym. Istotną rolę odgrywają również jednostki samorządu terytorialnego, które coraz aktywniej uczestniczą w kreowaniu polityki turystycznej i rozwoju lokalnego i regionalnego.

Niniejszy „Raport syntetyczny” stanowi podsumowanie 6 komplementarnych projektów badawczych (Raportów I-VI) poświęconych relacjom pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami współczesnego rynku pracy w turystyce. Opracowanie integruje perspektywę przedsiębiorców, przedstawicieli szkół i uczelni, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego (JST) oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych, tworząc wielowymiarowy obraz współczesnych wyzwań i kierunków rozwoju edukacji turystycznej w Polsce.

WPROWADZENIE

CEL I ZAKRES RAPORTU SYNTETYCZNEGO

Raport „*KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH A POTRZEBY RYNKU PRACY – PERSPEKTYWA BRANŻY, EDUKACJI, SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO ORAZ UCZNIÓW I STUDENTÓW KIERUNKÓW TURYSTYCZNYCH – RAPORT SYNTETYCZNY*” stanowi kompleksowe opracowanie poświęcone analizie zależności pomiędzy systemem kształcenia a oczekiwaniami współczesnego rynku turystycznego. Jego zasadniczym celem jest identyfikacja najważniejszych wyzwań, barier i kierunków rozwoju edukacji turystycznej oraz sformułowanie rekomendacji służących lepszemu przygotowaniu przyszłych pracowników sektora.

Zakres Raportu obejmuje analizę opinii czterech kluczowych grup interesariuszy rynku turystycznego: przedstawicieli branży turystycznej, przedstawicieli szkół i uczelni o profilu turystycznym, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Szczególną uwagę poświęcono ocenie jakości kształcenia, identyfikacji najważniejszych kompetencji zawodowych i społecznych, diagnozie luk kompetencyjnych, analizie praktycznego wymiaru edukacji oraz ocenie współpracy pomiędzy instytucjami edukacyjnymi, przedsiębiorstwami i administracją samorządowej.

Raport ma charakter syntetyczny i integracyjny. Jego celem nie jest jedynie zestawienie wyników poszczególnych badań, ale przede wszystkim wskazanie obszarów wspólnych, różnic w postrzeganiu problemów oraz wypracowanie rekomendacji mogących wspierać rozwój nowoczesnego systemu kształcenia kadr dla sektora turystyki.

CHARAKTERYSTYKA PROJEKTÓW BADAWCZYCH

Podstawę opracowania stanowi 6 niezależnych, lecz wzajemnie uzupełniających się projektów badawczych (Raportów I-VI), realizowanych z wykorzystaniem autorskich kwestionariuszy ankietowych. Badania objęły przedstawicieli różnych środowisk związanych z turystyką i pozwoliły na spojrzenie na problem kształcenia z wielu perspektyw.

W skład analizowanego materiału badawczego weszły:

- badanie przeprowadzone wśród przedstawicieli branży turystycznej, obejmujące 41 respondentów i 9 pytań badawczych (Raport I);
- badanie zrealizowane wśród przedstawicieli szkół i uczelni o profilu turystycznym, obejmujące 47 respondentów i 13 pytań badawczych (Raport II);
- badanie przeprowadzone wśród przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego, obejmujące 48 respondentów i 12 pytań badawczych (Raport III);
- badanie dotyczące opinii uczniów i studentów wobec pracy w branży turystycznej, obejmujące 466 respondentów i 18 pytań badawczych (Raport IV);
- badanie poświęcone ocenie edukacji turystycznej przez uczniów i studentów, obejmujące 290 respondentów i 19 pytań badawczych (Raport V);
- badanie dotyczące opinii uczniów i studentów wobec pracy w turystyce w strukturach jednostek samorządu terytorialnego, obejmujące 281 respondentów i 16 pytań badawczych. (Raport VI).

Łącznie badaniami objęto 1173 respondentów reprezentujących przedsiębiorstwa turystyczne, sektor edukacji, administrację samorządową oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Tak szeroki zakres badań umożliwił przeprowadzenie wieloaspektowej analizy funkcjonowania systemu kształcenia kadr turystycznych w Polsce.

ZNACZENIE RAPORTU DLA ROZWOJU POLITYKI EDUKACYJNEJ I TURYSTYCZNEJ

Wyniki przeprowadzonych badań mają istotne znaczenie zarówno dla instytucji odpowiedzialnych za kształtowanie polityki edukacyjnej, jak i dla podmiotów funkcjonujących na rynku turystycznym. Raport może stanowić źródło wiedzy dla administracji rządowej i samorządowej, szkół i uczelni o profilu turystycznym, przedsiębiorców, organizacji branżowych oraz instytucji odpowiedzialnych za rozwój turystyki.

Przedstawione analizy pozwalają zidentyfikować najważniejsze wyzwania związane z przygotowaniem kadr dla współczesnego rynku pracy, wskazać obszary wymagające zmian oraz określić kierunki dalszego doskonalenia systemu edukacji turystycznej. Szczególne znaczenie mają rekomendacje dotyczące wzmacniania współpracy pomiędzy edukacją, biznesem i samorządem, rozwijania praktycznych form kształcenia oraz dostosowywania programów nauczania do potrzeb gospodarki turystycznej.

Raport ma również charakter prognostyczny. Wskazuje bowiem, że rozwój nowoczesnej turystyki będzie w coraz większym stopniu zależeł od jakości kapitału ludzkiego, zdolności adaptacyjnych pracowników oraz efektywnej współpracy pomiędzy instytucjami odpowiedzialnymi za kształcenie i rozwój gospodarczy destynacji i regionów.

1. KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH WOBEC WYZWAŃ WSPÓŁCZESNEGO RYNKU PRACY

1.1. Znaczenie kapitału ludzkiego dla rozwoju turystyki

Kapitał ludzki stanowi jeden z najważniejszych czynników determinujących rozwój współczesnej turystyki. Obejmuje on zasób wiedzy, kwalifikacji, umiejętności praktycznych, doświadczeń zawodowych oraz kompetencji społecznych, które wpływają na jakość świadczonych usług, konkurencyjność przedsiębiorstw oraz atrakcyjność turystyczną regionów. W gospodarce opartej na usługach to właśnie pracownicy – ich kompetencje, kreatywność i zdolność adaptacji – decydują o możliwościach rozwoju sektora.

Znaczenie kapitału ludzkiego w turystyce wynika ze specyfiki tej branży. W przeciwieństwie do wielu innych sektorów gospodarki usługi turystyczne powstają przede wszystkim w bezpośredniej relacji pomiędzy pracownikiem a klientem (turystą). Kompetencje personelu wpływają nie tylko na poziom satysfakcji turystów, lecz także na wizerunek przedsiębiorstw, destynacji turystycznych oraz całych regionów.

Współczesny rynek pracy w turystyce wymaga od pracowników szerokiego zakresu kompetencji. Oprócz wiedzy specjalistycznej coraz większego znaczenia nabierają umiejętności interpersonalne, znajomość języków obcych, kompetencje cyfrowe, zdolność funkcjonowania w środowisku wielokulturowym oraz gotowość do ustawicznego uczenia się. Potwierdzają to wyniki badań przeprowadzonych wśród przedstawicieli branży turystycznej, którzy za najważniejsze cechy pracowników uznali komunikatywność, empatię, umiejętność budowania relacji oraz znajomość języków obcych.

Istotnym wyzwaniem pozostaje jednak dostosowanie systemu kształcenia do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku pracy. Zarówno przedsiębiorcy, jak i przedstawiciele instytucji edukacyjnych oraz sami uczniowie i studenci wskazują na potrzebę dalszego rozwijania praktycznego wymiaru kształcenia, wzmacniania kompetencji cyfrowych i językowych oraz lepszego przygotowania absolwentów do funkcjonowania w rzeczywistych warunkach pracy.

Rozwój kapitału ludzkiego ma znaczenie nie tylko dla przedsiębiorstw turystycznych, lecz również dla administracji samorządowej (jednostek samorządu terytorialnego). Współczesna polityka turystyczna wymaga bowiem specjalistów posiadających wiedzę z zakresu planowania strategicznego, promocji, marketingu terytorialnego, zarządzania projektami oraz współpracy międzyinstytucjonalnej.

1.2. Trendy wpływające na rynek pracy w turystyce

W ostatnich latach sektor turystyczny podlega głębokim przemianom wynikającym z procesów technologicznych, społecznych i gospodarczych. Zmiany te wpływają zarówno na funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych, jak i na oczekiwania wobec przyszłych pracowników.

Jednym z najważniejszych trendów jest postępująca cyfryzacja usług turystycznych. Wykorzystanie systemów rezerwacyjnych, narzędzi analitycznych, mediów społecznościowych, sztucznej inteligencji oraz technologii mobilnych staje się standardem w działalności przedsiębiorstw turystycznych. Respondenci wszystkich przeprowadzonych badań zgodnie wskazują, że kompetencje cyfrowe będą odgrywać coraz większą rolę w rozwoju branży. Przedstawiciele branży turystycznej oraz szkół i uczelni podkreślają szczególne znaczenie nowych technologii, cyfrowych kanałów promocji oraz nowoczesnych systemów zarządzania informacją.

Drugim istotnym zjawiskiem jest internacjonalizacja rynku turystycznego. Rosnąca mobilność społeczeństw oraz rozwój transportu (a tym samym dostępność komunikacyjna do destynacji) powodują, że coraz większego

znaczenia nabierają kompetencje językowe i międzykulturowe. Zarówno przedsiębiorcy, jak i przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego wskazują znajomość języków obcych jako jeden z kluczowych czynników warunkujących sukces zawodowy w turystyce.

Coraz większe znaczenie zyskuje również idea zrównoważonego rozwoju. Współczesna turystyka musi odpowiadać nie tylko na potrzeby ekonomiczne, ale także uwzględniać kwestie środowiskowe, społeczne i kulturowe. W związku z tym rośnie zapotrzebowanie na pracowników posiadających kompetencje związane z planowaniem rozwoju turystyki, ochroną dziedzictwa oraz zarządzaniem zasobami lokalnymi (zwłaszcza społecznymi i kulturowymi).

Istotnym wyzwaniem pozostają również zmiany demograficzne i pojawianie się nowych segmentów rynku. Starzenie się społeczeństwa, wzrost znaczenia turystyki zdrowotnej, rozwój turystyki miejskiej i kulturowej, aktywnej, senioralnej i biznesowej wymagają od pracowników elastyczności oraz gotowości do ciągłego podnoszenia swoich kwalifikacji.

Wyniki badań pokazują ponadto, że coraz większego znaczenia nabierają kompetencje związane z zarządzaniem projektami, marketingiem terytorialnym oraz współpracą pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym. Szczególnie wyraźnie podkreślają to przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniowie i studenci zainteresowani pracą w administracji samorządowej.

1.3. Instytucjonalny system rozwoju kadr turystycznych w Polsce

Proces kształcenia i rozwoju kadr dla sektora turystycznego ma charakter wielowymiarowy i angażuje liczne podmioty funkcjonujące na różnych szczeblach administracyjnych i organizacyjnych. Odpowiedzialność za przygotowanie przyszłych pracowników spoczywa zarówno na instytucjach edukacyjnych, przedsiębiorstwach turystycznych, jak i podmiotach administracji publicznej, samorządowej oraz organizacjach branżowych.

Podstawową rolę w tym systemie odgrywają szkoły i uczelnie kształcące w obszarze turystyki, hotelarstwa, gastronomii i rekreacji. W badaniu przeprowadzonym wśród przedstawicieli sektora edukacji dominowały uczelnie wyższe (49%) oraz technika o profilu turystycznym (45%), natomiast szkoły średnie stanowiły 6% badanych podmiotów. Kształcenie realizowane było przede wszystkim w trybie stacjonarnym (62%), a najczęściej oferowanymi formami były studia pierwszego stopnia (43%) oraz studia drugiego stopnia (36%). Jednocześnie wśród badanych instytucji dominował profil zawodowy (45%) i praktyczny (36%), co wskazuje na rosnące znaczenie dostosowywania programów nauczania do potrzeb rynku pracy.

Istotnym elementem systemu pozostają przedsiębiorstwa turystyczne, które nie tylko tworzą miejsca pracy, lecz także uczestniczą w procesie edukacyjnym poprzez organizację praktyk zawodowych, staży i innych form współpracy. W strukturze badanych przedsiębiorstw dominowały podmioty związane z hotelarstwem i obiektami noclegowymi (46%), gastronomią (24%) oraz sektorem HoReCa (22%). Jednocześnie przedstawiciele branży wskazywali na potrzebę silniejszego powiązania edukacji z praktyką – 83% respondentów opowiedziało się za dostosowaniem programów nauczania do potrzeb rynku pracy, 71% za rozwojem współpracy z placówkami edukacyjnymi, a 68% za podnoszeniem kompetencji kadry dydaktycznej. Ponadto ponad połowa przedsiębiorców (51%) podkreśliła konieczność dodatkowego szkolenia nowo zatrudnionych pracowników.

Ważną funkcję pełnią również jednostki samorządu terytorialnego (JST) odpowiedzialne za planowanie rozwoju turystyki, promocję regionów oraz wspieranie współpracy pomiędzy różnymi uczestnikami rynku. Wśród badanych dominowały urzędy gmin (41%) i urzędy miast (38%), natomiast urzędy powiatowe stanowiły 19% respondentów. Najczęściej wskazywanymi dokumentami strategicznymi obowiązującymi na terenie badanych JST, były miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego (58%), studia uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego (33%) oraz strategie rozwoju gospodarczego (30%). Jednocześnie aż 47%

przedstawiciele samorządów wskazało, że problematyka rozwoju kadr turystycznych nie została uwzględniona w dokumentach strategicznych, podczas gdy jedynie 28% respondentów potwierdziło obecność takich zapisów.

Istotnym elementem instytucjonalnego systemu rozwoju kadr pozostaje współpraca pomiędzy administracją, edukacją i branżą turystyczną. W przypadku JST najczęściej przybiera ona formę organizacji wydarzeń branżowych (33%), praktyk i staży zawodowych (21%), wizyt studyjnych i dni otwartych (15%) oraz wspólnych projektów (13%). Jednocześnie aż 44% przedstawiciele samorządów zadeklarowało brak współpracy ze szkołami i uczelniami, a udział JST w tworzeniu programów kształcenia praktycznie nie występuje.

Znaczącą rolę odgrywają także organizacje wspierające rozwój turystyki, takie jak Polska Organizacja Turystyczna, Regionalne Organizacje Turystyczne i Lokalne Organizacje Turystyczne. W opinii przedstawiciele JST najważniejszymi partnerami współpracy są Lokalne Organizacje Turystyczne (50%), Ministerstwo Sportu i Turystyki (46%), Regionalne Organizacje Turystyczne (40%) oraz Polska Organizacja Turystyczna (40%). Z kolei uczniowie i studenci kierunków turystycznych wskazywali przede wszystkim na potrzebę współpracy z Polską Organizacją Turystyczną (41%), Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi (32%), Ministerstwem Sportu i Turystyki (30%) oraz Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi (29%).

W ostatnich latach coraz większego znaczenia nabierają również instytucje eksperckie i branżowe, takie jak Branżowe Centra Umiejętności, Polska Izba Turystyki czy Sektorowa Rada ds. Kompetencji – Turystyka. Ich zadaniem jest wspieranie współpracy pomiędzy edukacją i gospodarką, monitorowanie zmian zachodzących na rynku pracy oraz identyfikowanie nowych potrzeb kompetencyjnych.

Rozwój nowoczesnego systemu kształcenia kadr turystycznych wymaga zatem ścisłej współpracy pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynku. Wyniki

badan pokazują jednak, że potencjał współpracy pomiędzy sektorem edukacji, przedsiębiorstwami i administracją samorządową nie jest jeszcze w pełni wykorzystywany. Skuteczne przygotowanie przyszłych pracowników do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się środowisku turystycznym wymaga dalszej integracji działań podejmowanych przez wszystkie podmioty odpowiedzialne za rozwój kapitału ludzkiego.

2. METODYKA BADAŃ

2.1. Założenia projektu badawczego

Raport niniejszy został opracowany na podstawie wyników 6 komplementarnych projektów badawczych (Raportów I-VI) poświęconych problematyce kształcenia kadr turystycznych oraz ich przygotowania do funkcjonowania na współczesnym rynku pracy. Badania miały charakter diagnostyczny i zostały przeprowadzone z wykorzystaniem autorskich kwestionariuszy ankietowych skierowanych do różnych grup respondentów reprezentujących sektor turystyki, edukacji oraz administracji samorządowej.

Przyjęte podejście badawcze umożliwiło wieloaspektową analizę relacji pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami rynku pracy, a także identyfikację najważniejszych wyzwań, oczekiwań oraz barier wpływających na rozwój kapitału ludzkiego w turystyce. Szczególną uwagę poświęcono ocenie stopnia dopasowania programów nauczania do potrzeb pracodawców, poziomowi przygotowania absolwentów do pracy zawodowej, znaczeniu praktyk i staży oraz roli współpracy pomiędzy szkołami, uczelniami, przedsiębiorstwami i jednostkami samorządu terytorialnego.

Badania objęły cztery podstawowe grupy interesariuszy: przedstawicieli branży turystycznej, przedstawicieli szkół i uczelni o profilu turystycznym, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Tak szeroki zakres analiz pozwolił na ukazanie problematyki kształcenia kadr z perspektywy podmiotów

odpowiedzialnych zarówno za organizację procesu edukacyjnego, jak i za późniejsze zatrudnianie absolwentów.

Łącznie badaniami objęto 1173 respondentów reprezentujących różne segmenty rynku turystycznego i różne szczeble systemu edukacji. Dzięki temu możliwe było nie tylko wskazanie dominujących tendencji, ale również porównanie opinii poszczególnych grup respondentów i identyfikacja obszarów wymagających dalszych działań.

2.2. Charakterystyka metodologiczna projektów badawczych

Podstawę Raportu stanowi 6 odrębnych projektów badawczych (Raportów), których wspólnym celem była analiza zależności pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami rynku pracy w turystyce.

Pierwsze badanie (Raport I) zostało przeprowadzone wśród przedstawicieli branży turystycznej i koncentrowało się na ocenie przygotowania absolwentów do pracy zawodowej, identyfikacji najważniejszych kompetencji oraz określeniu oczekiwań przedsiębiorców wobec instytucji edukacyjnych.

Drugie badanie (Raport II) objęło pracowników szkół i uczelni prowadzących kształcenie w obszarze turystyki. Jego celem była diagnoza aktualnej oferty edukacyjnej, analiza współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz identyfikacja działań podejmowanych na rzecz dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku.

Trzecie badanie (Raport III) skierowano do przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego (JST). Badanie dotyczyło roli samorządów w rozwoju turystyki, współpracy z instytucjami edukacyjnymi oraz znaczenia zagadnień związanych z rozwojem kadr turystycznych w lokalnych i regionalnych strategiach rozwoju.

Czwarte badanie (Raport IV) poświęcono opiniom uczniów i studentów na temat pracy w branży turystycznej. Analizie poddano między innymi

atrakcyjność zatrudnienia w sektorze, oczekiwania zawodowe, motywacje oraz bariery związane z podejmowaniem pracy w turystyce.

Piąte badanie (Raport V) koncentrowało się na ocenie procesu kształcenia przez uczniów i studentów kierunków turystycznych. Badanie obejmowało analizę jakości edukacji o profilu turystycznym, stopnia rozwijania kompetencji zawodowych i społecznych, współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną oraz poziomu przygotowania do wejścia na rynek pracy.

Szóste badanie (Raport VI) dotyczyło postrzegania pracy w turystyce w strukturach jednostek samorządu terytorialnego (JST). Przeanalizowano zainteresowanie zatrudnieniem w administracji samorządowej, ocenę atrakcyjności pracy w JST, poziom przygotowania studentów do wykonywania zadań związanych z planowaniem i zarządzaniem turystyką oraz główne bariery utrudniające podejmowanie pracy w tym sektorze.

2.3. Zastosowane narzędzia badawcze

W ramach wszystkich projektów badawczych (Raportów) wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego z zastosowaniem autorskich kwestionariuszy ankietowych. Narzędzia badawcze zostały przygotowane odrębnie dla poszczególnych grup respondentów, co umożliwiło uwzględnienie specyfiki ich działalności, doświadczeń zawodowych oraz roli pełnionej w systemie turystyki.

Badania przeprowadzono w formie elektronicznej z wykorzystaniem platformy Microsoft Forms, co pozwoliło na sprawne dotarcie do respondentów reprezentujących różne regiony Polski, poziomy edukacji oraz segmenty rynku turystycznego. Zastosowanie internetowych formularzy ankietowych umożliwiło zebranie materiału badawczego od przedstawicieli przedsiębiorstw turystycznych, szkół i uczelni, jednostek samorządu terytorialnego, a także uczniów i studentów kierunków związanych z turystyką.

Kwestionariusze ankietowe obejmowały zarówno pytania zamknięte, pozwalające na przeprowadzenie analiz ilościowych i porównawczych, jak i pytania otwarte, dzięki którym respondenci mogli przedstawić własne opinie, doświadczenia oraz rekomendacje dotyczące funkcjonowania systemu kształcenia kadr turystycznych.

Zakres tematyczny badań został dostosowany do specyfiki poszczególnych grup respondentów i obejmował między innymi ocenę stopnia dostosowania programów kształcenia do potrzeb rynku pracy, identyfikację kluczowych kompetencji zawodowych i społecznych, analizę praktycznego wymiaru edukacji, ocenę współpracy pomiędzy instytucjami edukacyjnymi, przedsiębiorstwami i jednostkami samorządu terytorialnego, a także diagnozę najważniejszych barier utrudniających rozwój kapitału ludzkiego w turystyce.

Istotnym elementem badań była również analiza zmian zachodzących na rynku pracy oraz identyfikacja kompetencji, które – w opinii respondentów – będą odgrywały kluczową rolę w funkcjonowaniu sektora turystycznego w najbliższych latach. Uzyskane wyniki umożliwiły przeprowadzenie kompleksowej analizy porównawczej oraz sformułowanie rekomendacji dotyczących doskonalenia systemu kształcenia kadr dla turystyki.

2.4. Obszary analizy porównawczej

Syntetyczny charakter 6 Raportów wymagał przeprowadzenia analiz porównawczych pomiędzy poszczególnymi grupami respondentów. Porównania dotyczyły przede wszystkim stopnia dopasowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy, oceny kompetencji absolwentów, znaczenia praktyk zawodowych oraz współpracy pomiędzy instytucjami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki.

Jednym z kluczowych obszarów analizy było określenie, w jaki sposób poszczególne grupy respondentów postrzegają najważniejsze kompetencje niezbędne do pracy w sektorze turystycznym. Szczególną uwagę

poświęcono kompetencjom społecznym, językowym, cyfrowym, organizacyjnym oraz umiejętnościom związanym z obsługą klienta i zarządzaniem projektami.

Istotnym elementem badań było także porównanie opinii dotyczących praktycznego wymiaru edukacji. Analizowano zarówno ocenę przygotowania absolwentów do pracy zawodowej, jak i oczekiwania związane ze zwiększeniem liczby praktyk, staży, wizyt studyjnych oraz innych form współpracy pomiędzy edukacją a gospodarką.

Odrębny obszar analizy stanowiła ocena znaczenia jednostek samorządu terytorialnego (JST) oraz organizacji turystycznych w procesie kształcenia kadr. Szczególnie ważne było określenie stopnia zaangażowania administracji samorządowej w rozwój kompetencji zawodowych oraz identyfikacja możliwości wzmacniania współpracy pomiędzy samorządami, szkołami, uczelniami i przedsiębiorstwami.

2.5. Ograniczenia badawcze

Pomimo szerokiego zakresu przeprowadzonych analiz należy wskazać na pewne ograniczenia badawcze, które zostały uwzględnione podczas interpretacji wyników.

- Po pierwsze, badania miały charakter przekrojowy i odzwierciedlają opinie respondentów z określonego momentu funkcjonowania rynku turystycznego. Dynamiczne zmiany zachodzące w gospodarce, technologii i edukacji mogą wpływać na ewolucję potrzeb kompetencyjnych oraz oczekiwań poszczególnych grup interesariuszy.
- Po drugie, część analiz opiera się na subiektywnych ocenach respondentów, które mogą wynikać z ich indywidualnych doświadczeń zawodowych, miejsca zatrudnienia czy specyfiki lokalnych rynków pracy.

- Po trzecie, zróżnicowanie liczebności poszczególnych grup respondentów powoduje, że uzyskane wyniki należy interpretować przede wszystkim jako diagnozę najważniejszych tendencji i problemów, a nie jako pełny obraz całego sektora turystycznego w Polsce.

Pomimo wskazanych ograniczeń przeprowadzone badania stanowią jedno z najbardziej kompleksowych opracowań poświęconych relacjom pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami rynku pracy w turystyce. Uzyskane wyniki pozwalają na sformułowanie wniosków i rekomendacji, które mogą stanowić podstawę do dalszych działań podejmowanych przez administrację publiczną, samorządową, instytucje edukacyjne oraz przedsiębiorstwa turystyczne.

3. DIAGNOZA SYSTEMU KSZTAŁCENIA KADR TURYSTYCZNYCH W POLSCE – ANALIZA PORÓWNAWCZA

3.1. Ocena dostosowania systemu kształcenia do potrzeb rynku pracy z perspektywy różnych grup respondentów

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że poszczególne grupy respondentów w odmienny sposób oceniają stopień dostosowania systemu kształcenia do potrzeb współczesnego rynku turystycznego. Najbardziej pozytywne opinie formułują uczniowie i studenci, natomiast przedstawiciele przedsiębiorstw turystycznych oraz jednostek samorządu terytorialnego częściej zwracają uwagę na występowanie luki pomiędzy efektami kształcenia a rzeczywistymi potrzebami rynku pracy.

Najbardziej optymistyczne oceny przedstawili uczniowie i studenci analizowani w ramach badania dotyczącego pracy w turystyce. Aż 65% respondentów uznało, że programy nauczania są dostosowane do wymagań rynku pracy, podczas gdy jedynie 54% pozytywnie oceniło praktyczny wymiar kształcenia. Jednocześnie 54% badanych deklaroowało, że czuje się dobrze przygotowanych do podjęcia pracy w sektorze turystycznym, natomiast 26% wskazało, że nie posiada wystarczających kompetencji zawodowych.

Podobne, choć nieco bardziej umiarkowane opinie przedstawili uczniowie i studenci oceniający system edukacji turystycznej. W tej grupie 59% respondentów uznało, że programy nauczania odpowiadają potrzebom rynku pracy, a 64% pozytywnie oceniło poziom przygotowania do pracy w sektorze turystycznym. Jednocześnie niemal co trzeci badany wskazywał na niedostateczny poziom przygotowania praktycznego oraz konieczność dalszego dostosowywania oferty edukacyjnej do oczekiwań pracodawców.

Wśród najczęściej wskazywanych obszarów wymagających poprawy znalazły się umiejętności praktyczne (51%), obsługa klienta (38%), znajomość programów komputerowych (30%), wiedza o rynku pracy (29%) oraz kompetencje technologiczne (28%).

Nieco ostrożniej respondenci ocenili przygotowanie do pracy w strukturach jednostek samorządu terytorialnego. W tym przypadku 54% badanych uznało, że szkoły i uczelnie dobrze lub bardzo dobrze przygotowują do pracy w administracji samorządowej związanej z turystyką, natomiast 46% pozytywnie oceniło praktyczny wymiar kształcenia. Jednocześnie tylko 46% respondentów deklarowało, że posiada odpowiednie przygotowanie do pracy w jednostkach samorządu terytorialnego, podczas gdy 49% pozytywnie oceniło swoją wiedzę na temat roli JST w rozwoju turystyki.

Znacznie bardziej krytyczne stanowisko prezentują przedstawiciele branży turystycznej. Ponad połowa przedsiębiorców (51%) wskazała, że nowo zatrudnieni absolwenci wymagają dodatkowych szkoleń, a 54% respondentów zwróciło uwagę na niedostosowanie programów nauczania do specyfiki poszczególnych segmentów rynku turystycznego. W opinii pracodawców najpoważniejsze braki kompetencyjne dotyczą obsługi klienta (78%), umiejętności praktycznych (68%), znajomości języków obcych (68%) oraz prowadzenia dokumentacji i korespondencji (61%). Przedsiębiorcy podkreślali również deficyty związane ze znajomością systemów i narzędzi wykorzystywanych w codziennej działalności przedsiębiorstw turystycznych (49%).

Krytyczna ocena przedsiębiorców znajduje odzwierciedlenie w postulatach dotyczących zmian w systemie edukacji. Aż 83% przedstawicieli branży opowiedziało się za lepszym dostosowaniem programów nauczania do potrzeb rynku pracy, 71% wskazało na konieczność zacieśnienia współpracy pomiędzy sektorem edukacji i gospodarki, natomiast 68% podkreśliło potrzebę podnoszenia kompetencji kadry dydaktycznej.

Interesujących wniosków dostarczają również badania przeprowadzone wśród przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego. Blisko połowa respondentów (47%) wskazała, że zagadnienia związane z rozwojem kadr turystycznych nie są uwzględniane w dokumentach strategicznych ich jednostek, podczas gdy jedynie 28% potwierdziło obecność takich zapisów. Ponadto 37% przedstawicieli samorządów uznało, że trudno jednoznacznie ocenić dostępność odpowiednio wykwalifikowanych pracowników, a 42% wskazało, że liczba specjalistów na rynku jest niewystarczająca. Jednocześnie jedynie 8% respondentów uważało, że absolwenci są dobrze przygotowani do pracy w administracji samorządowej i chętnie zatrudniani przez jednostki samorządowe.

Przedstawiciele szkół i uczelni dostrzegają natomiast potrzebę ciągłego dostosowywania programów nauczania do zmian zachodzących na rynku pracy. W badanej grupie dominowały uczelnie wyższe (49%) oraz technika o profilu turystycznym (45%), przy czym aż 45% instytucji prowadziło kształcenie o profilu zawodowym, a 36% o profilu praktycznym. Dane te wskazują, że instytucje edukacyjne coraz silniej orientują swoją działalność na rozwijanie kompetencji przydatnych na rynku pracy, choć nadal napotykają bariery organizacyjne i finansowe związane z modernizacją oferty dydaktycznej.

Przeprowadzona analiza pokazuje, że mimo stosunkowo pozytywnej oceny systemu kształcenia formułowanej przez uczniów i studentów, poszczególne grupy respondentów dostrzegają potrzebę dalszych zmian. Dotyczą one przede wszystkim wzmocnienia praktycznego wymiaru edukacji, lepszego dopasowania programów nauczania do potrzeb rynku pracy oraz rozwoju współpracy pomiędzy szkołami, uczelniami, przedsiębiorstwami turystycznymi i administracją samorządową.

3.2. Kompetencje rozwijane w procesie kształcenia – perspektywa przedsiębiorców, szkół, samorządów oraz uczniów i studentów

Analiza wyników badań pokazuje, że wszystkie badane grupy zgodnie podkreślają znaczenie kompetencji społecznych, językowych i zawodowych, jednak różnią się w ocenie stopnia ich rozwoju oraz znaczenia dla współczesnego rynku turystycznego.

Z perspektywy uczniów i studentów szkoły i uczelnie najlepiej rozwijają kompetencje miękkie. Pozytywnie oceniło je 63% respondentów, wskazując przede wszystkim na umiejętność pracy zespołowej (45%), komunikatywność (44%) oraz kreatywność (43%). Jednocześnie jedynie 21% badanych uznało, że proces kształcenia w wystarczającym stopniu rozwija orientację na klienta, a zaledwie 1% wskazał na odpowiedni poziom kształtowania kompetencji międzykulturowych.

Jeszcze wyżej oceniono rozwój kompetencji zawodowych – pozytywną opinię wyraziło 67% respondentów. Najlepiej oceniono przygotowanie w zakresie organizacji i sprzedaży imprez turystycznych (49%), realizacji programów rekreacyjnych (31%) oraz obsługi klienta (29%).

Przedstawiciele branży turystycznej potwierdzają znaczenie tych kompetencji, jednak znacznie większą wagę przywiązują do praktycznego wymiaru edukacji. Za kluczowe uznają przede wszystkim umiejętności komunikacyjne (90%), empatię (83%), znajomość języków obcych (80%) oraz kompetencje związane z relacjami z klientami (76%). Jednocześnie przedsiębiorcy wskazują na niedobory w zakresie obsługi klienta (78%), kompetencji praktycznych i językowych (po 68%) oraz prowadzenia dokumentacji i korespondencji (61%).

Przedstawiciele szkół i uczelni zwracają natomiast uwagę na konieczność równoczesnego rozwijania kompetencji społecznych, zawodowych i technologicznych. W badanej grupie dominowały instytucje prowadzące kształcenie o profilu zawodowym (45%) i praktycznym (36%), a najczęściej

oferowanymi kierunkami były turystyka (52%), turystyka sportowa i górską (30%) oraz turystyka kulturowa i dziedzictwa (po 26%).

Z kolei jednostki samorządu terytorialnego akcentują znaczenie kompetencji związanych z planowaniem rozwoju turystyki, współpracą międzyinstytucjonalną, promocją regionów oraz zarządzaniem projektami. Wśród kompetencji przyszłości przedstawiciele JST najczęściej wskazywali znajomość języków obcych (77%), kompetencje cyfrowe (60%), nowe technologie (54%) oraz umiejętność zarządzania projektami (42%), podkreślając jednocześnie rosnące znaczenie zrównoważonej turystyki (33%) i kompetencji międzykulturowych (31%).

3.3. Kompetencje przyszłości i zmieniające się potrzeby rynku pracy

Pomimo różnic pomiędzy poszczególnymi grupami respondentów wszystkie badania wskazują na wyraźną zmianę oczekiwań wobec przyszłych pracowników sektora turystycznego. Coraz większego znaczenia nabierają kompetencje cyfrowe, językowe, organizacyjne oraz umiejętność funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się środowisku społeczno-gospodarczym.

W opinii uczniów i studentów najważniejszymi kompetencjami przyszłości pozostają znajomość języków obcych, wskazana przez 66% respondentów, oraz kompetencje cyfrowe, które za kluczowe uznało 49% badanych. Co trzeci respondent podkreślał również rosnące znaczenie nowych technologii (33%) oraz kompetencji międzykulturowych (33%). Jednocześnie za najważniejsze kompetencje niezbędne już obecnie uznano umiejętność budowania relacji z klientami (59%), znajomość języków obcych (46%) oraz organizację imprez turystycznych (42%).

Podobne wnioski formułują przedstawiciele przedsiębiorstw turystycznych. Aż 85% respondentów wskazało na rosnące znaczenie kompetencji cyfrowych i językowych, 66% podkreśliło znaczenie wiedzy dotyczącej nowych segmentów rynku, 56% zwróciło uwagę na kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem, a 54% zaakcentowało potrzebę rozwijania

kompetencji z zakresu prawa turystycznego. Jednocześnie przedsiębiorcy za szczególnie istotne uznali znajomość języków obcych (80%), kompetencje związane z obsługą klienta (76%) oraz umiejętności związane z mediami i komunikacją (51%).

Podobne kierunki zmian dostrzegają przedstawiciele szkół i uczelni, wśród których dominowały podmioty prowadzące kształcenie o profilu zawodowym (45%) i praktycznym (36%). W badaniach podkreślano rosnące znaczenie cyfryzacji, marketingu internetowego, mediów społecznościowych, systemów rezerwacyjnych oraz narzędzi opartych na sztucznej inteligencji.

Nieco inne priorytety wskazują przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego. W ich opinii szczególnego znaczenia nabierają kompetencje językowe (77%), cyfrowe (60%) i technologiczne (54%), a także umiejętności związane z zarządzaniem projektami (42%), zrównoważoną turystyką (33%) oraz funkcjonowaniem w środowisku wielokulturowym (31%).

Wyniki badań wskazują, że w najbliższych latach szczególnego znaczenia w sektorze turystycznym nabierać będą kompetencje językowe i cyfrowe, umiejętność wykorzystywania nowych technologii oraz zdolność funkcjonowania w środowisku wielokulturowym. Jednocześnie rosnąć będzie znaczenie kompetencji związanych z zarządzaniem projektami, zrównoważonym rozwojem oraz dostosowywaniem się do dynamicznych zmian zachodzących na rynku turystycznym.

3.4. Luki kompetencyjne i bariery w procesie kształcenia

Pomimo generalnie pozytywnej oceny systemu edukacji respondenci wszystkich grup wskazali na liczne obszary wymagające zmian.

Największe zastrzeżenia zgłaszali uczniowie i studenci, którzy za najslabiej rozwijane elementy procesu kształcenia uznali umiejętności praktyczne

(51%), obsługę klienta (38%), znajomość programów komputerowych (30%), wiedzę o rynku pracy (29%) oraz nowe technologie (28%).

W przypadku przygotowania do pracy w strukturach JST najczęściej wskazywano braki dotyczące planowania rozwoju turystyki (46%), zarządzania projektami i funduszami europejskimi (37%), współpracy z instytucjami publicznymi (36%), marketingu terytorialnego (36%) oraz funkcjonowania administracji samorządowej (34%).

Podobne problemy identyfikują przedsiębiorcy, którzy zwracają uwagę na niewystarczające doświadczenie zawodowe absolwentów oraz ograniczoną znajomość praktycznych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych. W ich opinii największe niedobory dotyczą obsługi klienta (78%), umiejętności praktycznych (68%), znajomości języków obcych (68%), prowadzenia dokumentacji i korespondencji (61%) oraz znajomości systemów branżowych (49%). Jednocześnie 51% przedstawicieli branży wskazało, że nowo zatrudnieni pracownicy wymagają dodatkowego szkolenia, a 54% zwróciło uwagę na niedostosowanie programów nauczania do specyfiki poszczególnych segmentów rynku turystycznego.

Przedstawiciele szkół i uczelni podkreślają natomiast, że trudności wynikają między innymi z szybkiego tempa zmian technologicznych, ograniczeń finansowych oraz konieczności nieustannego aktualizowania programów nauczania. Jednocześnie w badanej grupie dominowały placówki prowadzące kształcenie o profilu zawodowym (45%) i praktycznym (36%), co świadczy o podejmowanych działaniach na rzecz wzmocnienia praktycznego wymiaru edukacji.

Wspólnym wnioskiem płynącym z przeprowadzonych badań jest potrzeba zwiększenia praktycznego wymiaru edukacji oraz lepszego powiązania procesu kształcenia z realnymi potrzebami rynku pracy. Potwierdzają to zarówno postulaty uczniów i studentów dotyczące zwiększenia liczby praktyk zawodowych (50%) i zajęć praktycznych (44%), jak i oczekiwania

przedsiębiorców związane z lepszym dostosowaniem programów nauczania do potrzeb rynku pracy (83%) oraz rozwojem współpracy pomiędzy edukacją i branżą (71%).

3.5. Współpraca edukacji, branży i samorządu – ocena różnych grup respondentów

Współpraca pomiędzy szkołami i uczelniami, przedsiębiorstwami turystycznymi oraz jednostkami samorządu terytorialnego została uznana za jeden z najważniejszych czynników wpływających na jakość kształcenia.

W badaniu uczniów i studentów 57% respondentów pozytywnie oceniło współpracę swoich placówek z branżą turystyczną. Najczęściej wskazywaną formą współpracy były praktyki i staże zawodowe (45%), natomiast wspólne projekty (19%), wizyty studyjne (18%) i zajęcia prowadzone przez przedstawicieli branży (14%) występowały zdecydowanie rzadziej.

Jednocześnie jedynie 16% respondentów potwierdziło prowadzenie monitoringu losów absolwentów, a aż 38% nie potrafiło określić, czy takie działania są realizowane.

Przedstawiciele branży turystycznej podkreślali, że współpraca z instytucjami edukacyjnymi powinna obejmować nie tylko organizację praktyk, ale również udział przedsiębiorców w tworzeniu programów nauczania oraz definiowaniu kompetencji przyszłych pracowników.

Z kolei szkoły i uczelnie wskazywały na potrzebę intensyfikacji współpracy z przedsiębiorstwami, organizacjami branżowymi oraz jednostkami samorządu terytorialnego, traktując ją jako warunek skutecznego dostosowywania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku.

W przypadku współpracy z samorządami 55% uczniów i studentów deklarowało wcześniejszy kontakt z administracją samorządową poprzez praktyki, projekty lub wydarzenia edukacyjne, natomiast 45% respondentów nie miało takich doświadczeń.

Na pytanie o instytucje, które powinny odgrywać największą rolę w rozwoju współpracy pomiędzy edukacją a rynkiem pracy, uczniowie i studenci najczęściej wskazywali Polską Organizację Turystyczną (41%), Lokalne Organizacje Turystyczne (32%), Ministerstwo Sportu i Turystyki (30%) oraz Regionalne Organizacje Turystyczne (29%).

Analiza wyników wszystkich 6 badań pokazuje, że rozwój nowoczesnego systemu kształcenia kadr turystycznych wymaga budowy trwałych relacji pomiędzy sektorem edukacji, przedsiębiorstwami oraz administracją samorządową. Bez ich zaangażowania skuteczne ograniczenie luki kompetencyjnej będzie bardzo trudne.

4. KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI W TURYSTYCE

4.1. Przemiany rynku turystycznego a nowe oczekiwania wobec kadr

Współczesny rynek turystyczny podlega dynamicznym przemianom wynikającym z postępu technologicznego, zmian społecznych, procesów globalizacyjnych oraz rosnących oczekiwań klientów. Zmieniają się nie tylko modele funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, ale również zakres kompetencji wymaganych od pracowników sektora. Coraz większego znaczenia nabierają umiejętności wykraczające poza tradycyjne przygotowanie zawodowe, obejmujące kompetencje cyfrowe, językowe, organizacyjne i interpersonalne.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że wszystkie analizowane grupy respondentów dostrzegają konieczność dostosowania systemu kształcenia do nowych wyzwań rynku pracy. Wśród przedstawicieli branży turystycznej aż 85% respondentów wskazało na rosnące znaczenie kompetencji cyfrowych oraz językowych, 66% podkreśliło znaczenie wiedzy dotyczącej nowych segmentów rynku, natomiast 56% zwróciło uwagę na wzrastającą rolę zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem. Jednocześnie 54% przedsiębiorców wskazało na konieczność rozwijania kompetencji związanych z prawem turystycznym.

Podobne tendencje dostrzegają przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego. W ich opinii kluczowe znaczenie w najbliższych latach będą miały kompetencje językowe (77%), umiejętność wykorzystywania narzędzi cyfrowych, w tym systemów rezerwacyjnych, systemów CRM i rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji (60%), a także znajomość nowych technologii (54%). Istotną rolę przypisano również kompetencjom z zakresu

zarządzania projektami (42%), zrównoważonej turystyki (33%) oraz funkcjonowania w środowisku wielokulturowym (31%).

Potrzebę zmian dostrzegają również pracownicy szkół i uczelni turystycznych. Aż 66% respondentów wskazało, że w przyszłości szczególnego znaczenia nabiorą kompetencje językowe. Najczęściej wskazywano na budowanie i utrzymywanie relacji z klientami (64%), a także animowanie czasu wolnego różnych grup odbiorców (60%), co podkreśla znaczenie bezpośredniego kontaktu z turystą i dostosowywania oferty do jego potrzeb.

Zmieniające się uwarunkowania rynku pracy znajdują również odzwierciedlenie w oczekiwaniach wobec systemu edukacji. Uczniowie i studenci za najważniejsze kompetencje zawodowe przyszłych pracowników branży turystycznej 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.

Z kolei 83% przedstawicieli przedsiębiorstw uznało za konieczne dostosowanie programów nauczania do potrzeb rynku pracy, a 71% wskazało na potrzebę intensyfikacji współpracy pomiędzy sektorem edukacji i gospodarki.

Przedstawione wyniki pokazują, że współczesna turystyka wymaga od pracowników nie tylko specjalistycznej wiedzy kierunkowej, lecz także gotowości do ciągłego doskonalenia kompetencji, elastycznego reagowania na zmieniające się potrzeby klientów oraz sprawnego funkcjonowania w coraz bardziej z informatyzowanym i międzynarodowym środowisku pracy.

4.2. Kompetencje cyfrowe i technologiczne

Jednym z najważniejszych kierunków zmian zachodzących na rynku turystycznym jest postępująca cyfryzacja usług. Rozwój internetowych kanałów sprzedaży, systemów rezerwacyjnych, mediów społecznościowych, aplikacji mobilnych oraz narzędzi wykorzystujących sztuczną inteligencję powoduje, że kompetencje cyfrowe stają się jednym z podstawowych wymagań stawianych pracownikom branży.

Znaczenie tych umiejętności potwierdzają wyniki badań przeprowadzonych wśród uczniów i studentów. Blisko połowa respondentów (49%) uznała kompetencje cyfrowe za jeden z najważniejszych obszarów, których znaczenie będzie systematycznie rosło w najbliższych latach. Jednocześnie 33% badanych wskazało na rosnącą rolę nowych technologii, natomiast 30% zwróciło uwagę na niedostateczny poziom przygotowania w zakresie obsługi specjalistycznych programów komputerowych.

Podobne wnioski płyną z badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorców, którzy podkreślali konieczność rozwijania umiejętności związanych z wykorzystaniem systemów rezerwacyjnych, marketingu internetowego, analityki danych oraz narzędzi cyfrowych wykorzystywanych w codziennej działalności przedsiębiorstw turystycznych.

Przedstawiciele szkół i uczelni wskazywali natomiast, że jednym z największych wyzwań dla systemu edukacji jest tempo zmian technologicznych. Wymaga ono nie tylko modernizacji infrastruktury dydaktycznej, ale również ciągłego doskonalenia kompetencji kadry dydaktycznej oraz aktualizacji programów nauczania.

Coraz większe znaczenie przypisuje się także wykorzystaniu sztucznej inteligencji, automatyzacji procesów obsługi klienta, technologii mobilnych oraz narzędzi umożliwiających personalizację oferty turystycznej. Jednocześnie respondenci zwracają uwagę, że rozwój technologii nie może prowadzić do ograniczenia bezpośrednich relacji pomiędzy pracownikami a turystami, które nadal stanowią jeden z fundamentów sektora usług.

4.3. Kompetencje społeczne i interpersonalne

Pomimo postępującej cyfryzacji rynku turystycznego kluczową rolę nadal odgrywają kompetencje społeczne i interpersonalne. Współczesna turystyka opiera się bowiem na bezpośrednich relacjach pomiędzy pracownikami a klientami, co sprawia, że umiejętność komunikacji, współpracy i budowania pozytywnych doświadczeń turystycznych pozostaje jednym z podstawowych wymogów rynku pracy.

W badaniach przeprowadzonych wśród uczniów i studentów najwyższej oceniono rozwój kompetencji związanych z pracą zespołową (45%), komunikatywnością (44%) oraz kreatywnością (43%). Jednocześnie aż 59% respondentów uznało umiejętność budowania relacji z klientami za najważniejszą kompetencję zawodową w turystyce.

Podobne stanowisko prezentują przedsiębiorcy, którzy podkreślają znaczenie empatii, zdolności rozwiązywania problemów, samodzielności oraz elastyczności. W ich opinii kompetencje interpersonalne są często równie ważne jak wiedza specjalistyczna i doświadczenie zawodowe.

Wyniki badań wskazują jednak również na pewne niedostatki systemu edukacji w tym zakresie. Jedynie 21% uczniów i studentów uznało, że proces kształcenia w odpowiednim stopniu rozwija orientację na klienta, natomiast zaledwie 1% badanych wskazało na właściwy poziom rozwijania kompetencji międzykulturowych. Dane te pokazują, że wraz z rosnącą internacjonalizacją rynku turystycznego konieczne będzie większe uwzględnianie tych zagadnień w programach nauczania.

4.4. Kompetencje językowe i międzykulturowe

Wzrost mobilności społeczeństw, rozwój turystyki międzynarodowej oraz coraz większa liczba zagranicznych gości sprawiają, że znajomość języków obcych staje się jednym z najważniejszych elementów przygotowania zawodowego.

Wśród uczniów i studentów aż 66% respondentów wskazało kompetencje językowe jako obszar, którego znaczenie będzie rosnąć w największym stopniu. Jednocześnie 46% badanych uznało znajomość języków obcych za jedną z najważniejszych kompetencji niezbędnych do wykonywania pracy w turystyce.

Znaczenie tych umiejętności podkreślają również przedstawiciele branży turystycznej, którzy wskazują, że brak odpowiedniego przygotowania językowego stanowi jedną z najważniejszych barier ograniczających konkurencyjność absolwentów na rynku pracy.

Coraz większego znaczenia nabierają także kompetencje międzykulturowe, rozumiane jako zdolność funkcjonowania w zróżnicowanym środowisku społecznym, umiejętność komunikowania się z osobami reprezentującymi różne kultury oraz świadomość odmiennych potrzeb i oczekiwań turystów.

W kontekście rozwoju turystyki międzynarodowej kompetencje językowe i międzykulturowe powinny stać się jednym z priorytetowych obszarów kształcenia zarówno na poziomie szkolnictwa zawodowego, jak i akademickiego.

4.5. Kompetencje menedżerskie, organizacyjne i administracyjne

Rosnąca złożoność rynku turystycznego sprawia, że coraz większego znaczenia nabierają kompetencje związane z organizacją pracy, zarządzaniem projektami oraz planowaniem strategicznym.

Potrzebę rozwijania tych umiejętności szczególnie wyraźnie podkreślali przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniowie i studenci zainteresowani pracą w administracji samorządowej. W badaniach wskazywano przede wszystkim na niedostateczne przygotowanie w zakresie planowania rozwoju turystyki (46%), zarządzania projektami i funduszami europejskimi (37%), współpracy z instytucjami publicznymi (36%) oraz marketingu terytorialnego (36%).

Jednocześnie uczniowie i studenci za najbardziej atrakcyjne obszary aktywności zawodowej w strukturach JST uznali organizację wydarzeń turystycznych (53%), promocję i marketing terytorialny (49%) oraz planowanie rozwoju turystyki (29%).

Przedstawiciele samorządów podkreślają, że współczesny pracownik administracji odpowiedzialnej za turystykę powinien posiadać kompetencje wykraczające poza tradycyjne przygotowanie urzędnicze. Coraz większego znaczenia nabierają bowiem umiejętności związane z koordynowaniem współpracy pomiędzy różnymi podmiotami, pozyskiwaniem środków zewnętrznych, zarządzaniem projektami oraz kreowaniem polityki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym.

4.6. Uczenie się przez całe życie jako warunek rozwoju zawodowego

Przeprowadzone badania jednoznacznie wskazują, że dynamiczne zmiany zachodzące w sektorze turystycznym powodują konieczność ciągłego podnoszenia kwalifikacji i aktualizowania posiadanej wiedzy. Dotyczy to zarówno pracowników przedsiębiorstw turystycznych, jak i przedstawicieli administracji samorządowej, nauczycieli, wykładowców oraz samych uczniów i studentów.

Współczesny rynek pracy coraz częściej wymaga elastyczności, gotowości do przekwalifikowania oraz umiejętności szybkiego przyswajania nowych kompetencji. Szczęgólnego znaczenia nabierają szkolenia branżowe, kursy specjalistyczne, programy stażowe oraz współpraca pomiędzy edukacją, biznesem i samorządem.

Wyniki wszystkich 6 badań prowadzą do wniosku, że rozwój kapitału ludzkiego w turystyce nie może być ograniczony wyłącznie do okresu edukacji formalnej. Budowa nowoczesnego i konkurencyjnego sektora turystycznego wymaga stworzenia spójnego systemu uczenia się przez całe życie, który umożliwi pracownikom dostosowywanie kompetencji do zmieniających się potrzeb rynku pracy.

5. LUKI KOMPETENCYJNE I BARIERY W ROZWOJU KADR TURYSTYCZNYCH

5.1. Niedopasowanie kompetencyjne pomiędzy systemem edukacji a potrzebami rynku pracy

Analiza wyników wszystkich przeprowadzonych badań wskazuje, że jedną z najważniejszych barier ograniczających rozwój kadr turystycznych w Polsce pozostaje niedopasowanie pomiędzy efektami kształcenia a rzeczywistymi potrzebami rynku pracy. Problem ten jest dostrzegany przez wszystkie grupy respondentów, choć jego skala i charakter są oceniane w odmienny sposób.

Najbardziej pozytywne opinie na temat systemu kształcenia formułują uczniowie i studenci. W badaniu poświęconym edukacji turystycznej 59% respondentów uznało, że programy nauczania odpowiadają potrzebom rynku pracy, a 64% pozytywnie oceniło poziom przygotowania do podjęcia zatrudnienia w sektorze turystycznym. Jednocześnie około jednej czwartej badanych wskazało, że obecny model edukacji wymaga dalszych zmian i dostosowania do oczekiwań pracodawców.

Podobne tendencje zaobserwowano w odniesieniu do pracy w strukturach jednostek samorządu terytorialnego. W tym przypadku 54% uczniów i studentów uznało, że szkoły i uczelnie dobrze lub bardzo dobrze przygotowują do wykonywania zadań związanych z turystyką w administracji samorządowej, podczas gdy 12% respondentów oceniło ten poziom negatywnie, a 15% nie potrafiło jednoznacznie określić swojego stanowiska.

Znacznie bardziej krytyczne opinie prezentują przedstawiciele branży turystycznej, którzy zwracają uwagę na utrzymującą się lukę pomiędzy

kompetencjami absolwentów a rzeczywistymi potrzebami przedsiębiorstw. Wśród najczęściej wskazywanych problemów wymieniano niewystarczające przygotowanie praktyczne (68%), ograniczone doświadczenie zawodowe wymagające dodatkowych szkoleń nowych pracowników (51%), niedobory kompetencji cyfrowych i znajomości systemów branżowych (49%) oraz niewystarczającą znajomość realiów funkcjonowania rynku turystycznego, przejawiającą się między innymi brakami w zakresie obsługi klienta (78%), języków obcych (68%) i prowadzenia dokumentacji (61%). Ponadto 54% przedsiębiorców wskazało na niedostosowanie programów nauczania do specyfiki poszczególnych segmentów rynku turystycznego.

Przedstawiciele szkół i uczelni również dostrzegają konieczność zmian, podkreślając potrzebę systematycznej aktualizacji programów nauczania, rozwijania współpracy z przedsiębiorcami oraz dostosowywania procesu dydaktycznego do dynamicznie zmieniających się warunków społeczno-gospodarczych. Potwierdza to fakt, że 45% badanych instytucji prowadzi kształcenie o profilu zawodowym, a 36% o profilu praktycznym, przy jednoczesnym postulacie przedsiębiorców dotyczącym lepszego dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku pracy (83%) oraz wzmocnienia współpracy pomiędzy edukacją i branżą (71%).

5.2. Deficyt kompetencji praktycznych

Najczęściej wskazywaną luką kompetencyjną pozostaje niedostateczny poziom praktycznego przygotowania absolwentów do wykonywania pracy zawodowej. Problem ten jest dostrzegany zarówno przez przedsiębiorców i przedstawicieli administracji samorządowej, jak również przez samych uczniów i studentów.

W badaniu dotyczącym edukacji turystycznej ponad połowa uczniów i studentów (51%) wskazała, że umiejętności praktyczne stanowią obszar wymagający największego wzmocnienia. Jednocześnie 38% badanych zwróciło uwagę na niedostateczne przygotowanie w zakresie obsługi

klienta, 30% wskazało na braki dotyczące programów komputerowych, 29% podkreśliło niewystarczającą wiedzę na temat rynku pracy, a 28% zauważyło niedobory związane z nowymi technologiami. Mimo że 67% badanych pozytywnie oceniło rozwój kompetencji zawodowych, najwyższe noty uzyskały przede wszystkim tradycyjne obszary kształcenia, takie jak organizacja i sprzedaż imprez turystycznych (49%), realizacja programów rekreacyjnych (31%) czy obsługa klienta (29%). Znacznie niżej oceniono natomiast praktyczne zastosowanie wiedzy oraz przygotowanie do funkcjonowania w nowoczesnym środowisku pracy.

Problem ten potwierdzają wyniki badań dotyczących pracy w jednostkach samorządu terytorialnego. Jedynie 46% respondentów uznało praktyczny charakter kształcenia za wysoki lub bardzo wysoki, podczas gdy 37% określiło go jako przeciętny, a 17% jako niski lub bardzo niski. Jednocześnie tylko 46% uczniów i studentów zadeklarowało, że czuje się przygotowanych do pracy w strukturach JST, natomiast 33% oceniło swoje przygotowanie negatywnie.

Przedstawiciele branży turystycznej wielokrotnie podkreślali, że absolwenci dysponują odpowiednią wiedzą teoretyczną, jednak brakuje im doświadczenia praktycznego oraz znajomości codziennych realiów funkcjonowania przedsiębiorstw. Szczególnie często wskazywano na konieczność zwiększenia liczby praktyk zawodowych, staży oraz zajęć prowadzonych przez praktyków.

Potrzebę wzmacniania praktycznego wymiaru edukacji dostrzegają również pracownicy szkół i uczelni. W odpowiedziach otwartych podkreślali oni konieczność organizowania większej liczby praktyk, staży, wizyt studyjnych oraz zajęć realizowanych we współpracy z przedsiębiorstwami i instytucjami publicznymi.

5.3. Niedobory kompetencji cyfrowych i technologicznych

Jednym z najważniejszych wyzwań stojących przed systemem kształcenia kadr turystycznych pozostaje dostosowanie procesu edukacyjnego do postępującej cyfryzacji rynku pracy. Wyniki badań pokazują, że tempo zmian technologicznych jest obecnie znacznie szybsze niż tempo modyfikacji programów nauczania.

W badaniu dotyczącym edukacji turystycznej niemal połowa uczniów i studentów (49%) wskazała kompetencje cyfrowe jako jeden z najważniejszych obszarów, których znaczenie będzie systematycznie rosło w najbliższych latach. Dodatkowo badani zwrócili uwagę na rosnącą rolę nowych technologii i określili znaczenie kompetencji międzykulturowych (odpowiednio po 33% odpowiedzi). Jednocześnie wskazywali, że obecny system edukacji nie zapewnia wystarczającego przygotowania w tym zakresie. Aż 30% respondentów zwróciło uwagę na braki dotyczące obsługi programów komputerowych, 28% wskazało na niewystarczające wykorzystanie nowych technologii, a jedynie 17% pozytywnie oceniło rozwój kompetencji związanych z systemami rezerwacyjnymi. Szczególnie niepokojący jest fakt, że jedynie 1% badanych uznało, iż szkoły i uczelnie skutecznie rozwijają umiejętności związane z marketingiem internetowym.

Podobne tendencje dostrzegają przedstawiciele przedsiębiorstw turystycznych, którzy podkreślają rosnące znaczenie systemów rezerwacyjnych, mediów społecznościowych, analityki danych oraz narzędzi wykorzystujących sztuczną inteligencję. W ich opinii kompetencje cyfrowe stają się obecnie równie istotne jak tradycyjne umiejętności związane z obsługą klienta czy organizacją usług turystycznych.

Przedstawiciele szkół i uczelni zwracają natomiast uwagę, że wdrażanie nowych technologii wymaga nie tylko modernizacji infrastruktury dydaktycznej, ale również ciągłego doskonalenia kompetencji nauczycieli i wykładowców oraz regularnej aktualizacji programów kształcenia.

5.4. Bariery w przygotowaniu do pracy w administracji samorządowej

Istotnym problemem ujawnionym w badaniach są również bariery utrudniające przygotowanie kadr do pracy w strukturach jednostek samorządu terytorialnego odpowiedzialnych za rozwój turystyki.

Pomimo że 62% uczniów i studentów uznało pracę w administracji turystycznej za atrakcyjną, a 40% zadeklarowało zainteresowanie podjęciem zatrudnienia w tym sektorze, jedynie 46% respondentów czuje się odpowiednio przygotowanych do wykonywania obowiązków zawodowych w JST.

Największe luki kompetencyjne dotyczą planowania rozwoju turystyki, wskazanego przez 46% badanych, zarządzania projektami i funduszami europejskimi (37%), współpracy z instytucjami publicznymi (36%), marketingu terytorialnego (36%) oraz funkcjonowania administracji samorządowej (34%). Jednocześnie tylko 6% respondentów uznało, że proces kształcenia w wystarczającym stopniu przygotowuje do realizacji procedur administracyjnych.

Badania wykazały ponadto, że poziom wiedzy dotyczącej roli samorządów w rozwoju turystyki pozostaje umiarkowany. Pozytywnie swoje przygotowanie w tym zakresie oceniło 49% uczniów i studentów, podczas gdy 32% określiło je jako przeciętne, a 19% jako niewystarczające.

Wśród najważniejszych barier utrudniających podejmowanie pracy w administracji samorządowej respondenci wskazali przede wszystkim ograniczoną liczbę miejsc pracy (44%), nadmierną formalizację procedur (36%) oraz niewystarczającą liczbę informacji dotyczących ofert zatrudnienia (34%). Ponad jedna czwarta badanych (27%) uznała również, że praca w sektorze publicznym jest mniej atrakcyjna niż zatrudnienie w przedsiębiorstwach prywatnych.

Jednocześnie 55% uczniów i studentów deklaruowało wcześniejszy kontakt z jednostkami samorządu terytorialnego poprzez praktyki, projekty

lub wydarzenia edukacyjne, natomiast 45% respondentów nie miało dotychczas żadnych doświadczeń związanych ze współpracą z administracją samorządową.

5.5. Bariery systemowe ograniczające rozwój kadr turystycznych

Przeprowadzone badania wskazują, że oprócz luk kompetencyjnych rozwój kadr turystycznych ograniczają również bariery o charakterze systemowym, związane z organizacją procesu kształcenia i współpracy pomiędzy instytucjami.

Jednym z najważniejszych problemów pozostaje ograniczony zakres współpracy pomiędzy szkołami i uczelniami a otoczeniem społeczno-gospodarczym. Choć 57% uczniów i studentów pozytywnie ocenia relacje swoich placówek z branżą turystyczną, dominującą formą współpracy nadal pozostają praktyki zawodowe i staże, wskazane przez 45% respondentów. Znacznie rzadziej badani uczestniczyli we wspólnych projektach (19%), wizytach studyjnych (18%) lub zajęciach prowadzonych przez przedstawicieli branży (14%).

Ograniczony charakter współpracy znajduje odzwierciedlenie również w słabo rozwiniętym systemie monitorowania losów absolwentów. Jedynie 16% respondentów potwierdziło prowadzenie takich działań przez szkoły i uczelnie, podczas gdy aż 38% badanych nie potrafiło określić, czy ich placówki monitorują dalsze kariery zawodowe absolwentów.

Jednocześnie uczniowie i studenci wskazali instytucje, które powinny odgrywać kluczową rolę w procesie rozwoju kadr turystycznych. Najczęściej wymieniano Polską Organizację Turystyczną (41%), Lokalne Organizacje Turystyczne (32%), Ministerstwo Sportu i Turystyki (30%) oraz Regionalne Organizacje Turystyczne (29%).

Przedstawiciele przedsiębiorstw turystycznych i sektora edukacji zgodnie podkreślają, że skuteczne ograniczenie luki kompetencyjnej wymaga dalszego wzmocnienia współpracy pomiędzy szkołami, uczelniami,

pracodawcami oraz administracją samorządową. Szczęólnego znaczenia nabiera tworzenie wspólnych programów praktyk, angażowanie przedsiębiorców w proces dydaktyczny oraz regularne dostosowywanie programów nauczania do potrzeb rynku pracy.

6. WNIOSKI I REKOMENDACJE

6.1. Najważniejsze wnioski

Przeprowadzona analiza porównawcza sześciu projektów badawczych pozwala na sformułowanie szeregu wniosków dotyczących funkcjonowania systemu kształcenia kadr turystycznych w Polsce oraz jego dostosowania do współczesnych wyzwań rynku pracy.

- wyniki badań wskazują, że system kształcenia kadr turystycznych jest generalnie oceniany pozytywnie, jednak jego stopień dostosowania do potrzeb rynku pracy pozostaje zróżnicowany. O ile 59% uczniów i studentów uznało, że programy nauczania odpowiadają potrzebom branży turystycznej, a 64% pozytywnie oceniło swoje przygotowanie do pracy w sektorze turystycznym, przedstawiciele przedsiębiorstw znacznie częściej zwracali uwagę na utrzymującą się lukę kompetencyjną;
- wszystkie badane grupy podkreślają konieczność wzmacniania praktycznego wymiaru edukacji. Ponad połowa uczniów i studentów (51%) wskazała niedostateczny poziom rozwoju umiejętności praktycznych, natomiast jedynie 46% respondentów pozytywnie oceniło praktyczny charakter przygotowania do pracy w jednostkach samorządu terytorialnego;
- największe deficyty kompetencyjne dotyczą obecnie kompetencji cyfrowych i technologicznych. Kompetencje cyfrowe zostały uznane za kluczowe przez 49% uczniów i studentów, a nowe technologie przez 33% respondentów. Jednocześnie 30% badanych wskazało na niedostateczne przygotowanie w zakresie programów komputerowych, a jedynie 17%

pozytywnie oceniło rozwój umiejętności związanych z systemami rezerwacyjnymi;

- istotną rolę nadal odgrywają kompetencje społeczne i interpersonalne. Za najważniejsze umiejętności uczniowie i studenci uznali budowanie relacji z klientami (59%), znajomość języków obcych (46%) oraz organizację imprez turystycznych (42%). Jednocześnie tylko 21% respondentów pozytywnie oceniło rozwój kompetencji związanych z orientacją na klienta, a jedynie 1% wskazało na odpowiedni poziom kształtowania kompetencji międzykulturowych;

- w badaniach wyraźnie dostrzegalna jest rosnąca rola kompetencji przyszłości. Aż 66% uczniów i studentów uznało znajomość języków obcych za obszar o największym znaczeniu dla rozwoju zawodowego, natomiast po 33% respondentów wskazało na potrzebę rozwijania kompetencji międzykulturowych oraz technologicznych;

- przygotowanie do pracy w strukturach jednostek samorządu terytorialnego pozostaje niewystarczające. Największe luki kompetencyjne dotyczą planowania rozwoju turystyki (46%), zarządzania projektami i funduszami europejskimi (37%), współpracy z instytucjami publicznymi (36%) oraz marketingu terytorialnego (36%);

- pomimo pozytywnej oceny współpracy pomiędzy edukacją a branżą, wyrażonej przez 57% uczniów i studentów, dominującą formą współpracy nadal pozostają praktyki i staże zawodowe (45%). Znacznie rzadziej występują wspólne projekty (19%), wizyty studyjne (18%) oraz zajęcia prowadzone przez przedstawicieli przedsiębiorstw (14%);

- istotnym problemem pozostaje ograniczony monitoring losów absolwentów. Jedynie 16% respondentów potwierdziło prowadzenie takich działań przez szkoły i uczelnie, natomiast 38% badanych nie posiadało wiedzy na ten temat.

Wyniki badań pokazują, że skuteczne kształcenie kadr turystycznych wymaga trwałej współpracy pomiędzy sektorem edukacji, przedsiębiorstwami turystycznymi, jednostkami samorządu terytorialnego oraz instytucjami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki.

6.2. Rekomendacje

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że dalszy rozwój systemu kształcenia kadr turystycznych wymaga skoordynowanych działań podejmowanych przez administrację samorządową, instytucje edukacyjne, przedsiębiorców oraz organizacje branżowe. Szczególnego znaczenia nabiera wzmacnianie praktycznego wymiaru edukacji, rozwój kompetencji przyszłości oraz budowanie trwałych partnerstw pomiędzy poszczególnymi uczestnikami rynku turystycznego.

1. Wzmocnienie praktycznego wymiaru kształcenia

Konieczne jest zwiększenie liczby praktyk zawodowych, staży, wizyt studyjnych oraz zajęć prowadzonych przez przedstawicieli branży turystycznej i administracji samorządowej. Programy nauczania powinny w większym stopniu umożliwiać zdobywanie doświadczenia zawodowego już na etapie edukacji.

2. Systematyczna aktualizacja programów nauczania

Szkoły i uczelnie powinny regularnie dostosowywać ofertę edukacyjną do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku pracy, uwzględniając rozwój nowych technologii, cyfryzację usług turystycznych, marketing internetowy oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji.

3. Rozwój kompetencji cyfrowych i technologicznych

Niezbędne jest rozszerzenie kształcenia w zakresie systemów rezerwacyjnych, analityki danych, mediów społecznościowych, nowoczesnych programów komputerowych oraz narzędzi wspierających zarządzanie i promocję usług turystycznych.

4. Wzmocnienie kompetencji językowych i międzykulturowych

Proces kształcenia powinien w większym stopniu rozwijać kompetencje językowe, komunikacyjne i międzykulturowe, które – według 66% uczniów i studentów – będą odgrywać kluczową rolę na rynku pracy w najbliższych latach.

5. Rozbudowa współpracy pomiędzy edukacją, branżą i samorządami

Konieczne jest tworzenie trwałych partnerstw pomiędzy szkołami, uczelniami, przedsiębiorstwami turystycznymi, jednostkami samorządu terytorialnego, Polską Organizacją Turystyczną, regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi oraz instytucjami odpowiedzialnymi za rozwój rynku pracy.

6. Rozwój kompetencji związanych z funkcjonowaniem administracji turystycznej

Programy nauczania powinny zostać uzupełnione o zagadnienia dotyczące planowania rozwoju turystyki, marketingu terytorialnego, współpracy międzyinstytucjonalnej, zarządzania projektami oraz pozyskiwania środków europejskich.

7. Wprowadzenie skutecznego monitoringu losów absolwentów

Szkoły i uczelnie powinny rozwijać systemy monitorowania karier zawodowych absolwentów, umożliwiające bieżącą ocenę skuteczności procesu kształcenia i identyfikację kompetencji poszukiwanych przez pracodawców.

8. Wspieranie idei uczenia się przez całe życie

Dynamiczne zmiany zachodzące w turystyce wymagają stworzenia spójnego systemu doskonalenia zawodowego, obejmującego kursy, szkolenia, studia podyplomowe oraz programy podnoszenia kwalifikacji dla osób już zatrudnionych w sektorze.

Realizacja powyższych rekomendacji może przyczynić się do ograniczenia luki kompetencyjnej, zwiększenia konkurencyjności polskiej gospodarki turystycznej oraz stworzenia nowoczesnego systemu kształcenia kadr odpowiadającego potrzebom współczesnego rynku pracy. Wymaga to jednak długofalowej współpracy pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynku turystycznego oraz systematycznego dostosowywania procesu edukacyjnego do zachodzących zmian społecznych, gospodarczych i technologicznych.

ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzone badania potwierdzają, że rozwój turystyki w coraz większym stopniu zależy od jakości kapitału ludzkiego oraz zdolności systemu edukacji do reagowania na dynamiczne zmiany zachodzące w otoczeniu społeczno-gospodarczym. Analiza 6 projektów badawczych (Raporty), obejmujących przedstawicieli branży turystycznej, przedstawicieli szkół i uczelni, jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów, pozwoliła na kompleksową ocenę stopnia dostosowania kształcenia kadr do potrzeb współczesnego rynku pracy.

Wyniki badań wskazują, że obecny system edukacji turystycznej posiada wiele mocnych stron, jednak wymaga dalszej modernizacji i dostosowania do wyzwań związanych z cyfryzacją, internacjonalizacją rynku, zmianami demograficznymi oraz rosnącym znaczeniem zrównoważonego rozwoju. Choć 59% uczniów i studentów uznało, że programy nauczania odpowiadają potrzebom rynku pracy, a 64% pozytywnie oceniło swoje przygotowanie do pracy w turystyce, przedstawiciele przedsiębiorstw i administracji samorządowej nadal dostrzegają istotne luki kompetencyjne. Szczególne znaczenie mają niedobory w zakresie umiejętności praktycznych, kompetencji cyfrowych, znajomości nowych technologii oraz przygotowania do pracy w strukturach administracji samorządowej.

Przeprowadzone analizy pokazują również, że współczesny pracownik sektora turystycznego powinien łączyć kompetencje zawodowe z umiejętnościami społecznymi, językowymi, organizacyjnymi i technologicznymi. Coraz większego znaczenia nabierają zdolność adaptacji do zmian, umiejętność współpracy międzysektorowej, wykorzystywanie narzędzi cyfrowych oraz gotowość do ciągłego podnoszenia kwalifikacji.

Proces kształcenia nie może zatem ograniczać się wyłącznie do przekazywania wiedzy teoretycznej, lecz powinien w większym stopniu wspierać rozwój kompetencji praktycznych i przygotowywać do funkcjonowania w dynamicznym środowisku zawodowym.

Istotnym wnioskiem płynącym z badań jest także konieczność wzmacniania współpracy pomiędzy szkołami i uczelniami, przedsiębiorstwami turystycznymi, organizacjami branżowymi oraz jednostkami samorządu terytorialnego. Skuteczne ograniczenie luki kompetencyjnej wymaga bowiem zaangażowania wszystkich podmiotów odpowiedzialnych za rozwój turystyki oraz budowy trwałych partnerstw umożliwiających bieżące dostosowywanie programów nauczania do potrzeb rynku pracy.

Przedstawione w raporcie wnioski i rekomendacje mogą stanowić podstawę do projektowania przyszłych działań w zakresie polityki edukacyjnej i turystycznej na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym. Jednocześnie należy podkreślić, że skuteczny rozwój kadr turystycznych wymaga systematycznego monitorowania zmian zachodzących na rynku pracy oraz prowadzenia dalszych badań, uwzględniających perspektywę wszystkich uczestników sektora turystycznego.

W dłuższej perspektywie stworzenie nowoczesnego, elastycznego i otwartego na zmiany systemu kształcenia może przyczynić się nie tylko do zwiększenia konkurencyjności polskiej turystyki, ale również do wzrostu jakości świadczonych usług, poprawy sytuacji zawodowej absolwentów oraz wzmocnienia roli turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym kraju.

STRESZCZENIE

Niniejszy dokument ***KSZTAŁCENIE KADR TURYSTYCZNYCH A POTRZEBY RYNKU PRACY – PERSPEKTYWA BRANŻY, EDUKACJI, SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO ORAZ UCZNIÓW I STUDENTÓW KIERUNKÓW TURYSTYCZNYCH – RAPORT SYNTETYCZNY*** stanowi podsumowanie 6 projektów badawczych (Raportów) poświęconych relacjom pomiędzy systemem edukacji a współczesnym rynkiem pracy w turystyce. Badania objęły przedstawicieli przedsiębiorstw turystycznych, przedstawicieli szkół i uczelni kształcących na potrzeby sektora, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego (JST) oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Łącznie w badaniach uczestniczyło 1173 respondentów reprezentujących różne grupy interesariuszy rynku turystycznego.

Przeprowadzone analizy wskazują, że system kształcenia kadr turystycznych w Polsce jest generalnie oceniany pozytywnie, jednak nadal występują istotne rozbieżności pomiędzy kompetencjami absolwentów a oczekiwaniami pracodawców. W badaniu dotyczącym edukacji turystycznej 59% uczniów i studentów uznało, że programy nauczania odpowiadają potrzebom rynku pracy, natomiast 64% pozytywnie oceniło swoje przygotowanie do pracy w sektorze turystycznym. Jednocześnie przedstawiciele branży turystycznej oraz administracji samorządowej wskazywali na konieczność dalszego dostosowywania procesu kształcenia do zmieniających się uwarunkowań społecznych, technologicznych i gospodarczych.

Jednym z najważniejszych wniosków płynących z badań jest potrzeba wzmacniania praktycznego wymiaru edukacji. Ponad połowa uczniów i studentów (51%) wskazała niedostateczny poziom rozwoju umiejętności

praktycznych, natomiast 38% respondentów zwróciło uwagę na braki w zakresie obsługi klienta. Badani podkreślali również niedostateczne przygotowanie w zakresie programów komputerowych (30%), wiedzy o rynku pracy (29%) oraz nowych technologii (28%).

Analiza wyników badań pokazuje ponadto, że rynek turystyczny coraz silniej oczekuje rozwoju kompetencji cyfrowych, językowych i międzykulturowych. Kompetencje cyfrowe zostały wskazane przez 49% uczniów i studentów jako jeden z najważniejszych obszarów rozwoju zawodowego, natomiast 66% respondentów uznało znajomość języków obcych za kluczową kompetencję przyszłości. Jednocześnie jedynie 17% badanych pozytywnie oceniło poziom przygotowania w zakresie systemów rezerwacyjnych, a zaledwie 1% wskazał na odpowiedni poziom rozwoju kompetencji związanych z marketingiem internetowym.

W badaniach poświęconych pracy w strukturach jednostek samorządu terytorialnego 62% respondentów pozytywnie oceniło atrakcyjność zatrudnienia w administracji związanej z turystyką, jednak tylko 40% zadeklarowało chęć podjęcia pracy w tym sektorze. Największe luki kompetencyjne dotyczyły planowania rozwoju turystyki (46%), zarządzania projektami i funduszami europejskimi (37%), współpracy z instytucjami publicznymi (36%) oraz marketingu terytorialnego (36%).

Istotnym problemem pozostaje również ograniczona współpraca pomiędzy systemem edukacji a otoczeniem społeczno-gospodarczym. Chociaż 57% uczniów i studentów pozytywnie oceniło współpracę szkół i uczelni z branżą turystyczną, dominującą formą współdziałania nadal pozostają praktyki i staże zawodowe (45%). Znacznie rzadziej wskazywano wspólne projekty (19%), wizyty studyjne (18%) oraz zajęcia prowadzone przez przedstawicieli przedsiębiorstw (14%). Jednocześnie jedynie 16% respondentów potwierdziło prowadzenie monitoringu losów absolwentów, a 38% nie posiadało wiedzy na ten temat.

Wyniki przeprowadzonych badań prowadzą do wniosku, że skuteczny rozwój kadr turystycznych wymaga budowy trwałego systemu współpracy pomiędzy szkołami i uczelniami, przedsiębiorstwami, administracją samorządową oraz organizacjami turystycznymi. Szczególnego znaczenia nabiera systematyczna aktualizacja programów nauczania, rozwój kompetencji cyfrowych i praktycznych, zwiększenie udziału pracodawców w procesie edukacyjnym oraz wspieranie idei uczenia się przez całe życie.

Raport może stanowić podstawę do projektowania polityki edukacyjnej i turystycznej na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym, a także do podejmowania działań służących ograniczaniu luki kompetencyjnej oraz wzmacnianiu konkurencyjności polskiego sektora turystycznego.

ANEKS 1. CHARAKTERYSTYKA PROJEKTÓW BADAWCZYCH UWZGLĘDNIONYCH W RAPORCIE SYNTETYCZNYM

Raport syntetyczny został opracowany na podstawie 6 komplementarnych projektów badawczych (Raportom) poświęconych relacjom pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami współczesnego rynku pracy w turystyce. Badania objęły przedstawicieli przedsiębiorstw turystycznych, szkół i uczelni, jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Łącznie w badaniach uczestniczyło 1173 respondentów reprezentujących różne grupy interesariuszy rynku turystycznego.

We wszystkich 6 projektach badawczych (Raportach) zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskich kwestionariuszy ankietowych, obejmujących pytania zamknięte i otwarte. Badania przeprowadzono w formie elektronicznej z wykorzystaniem platformy Microsoft Forms.

Zakres analiz obejmował między innymi ocenę jakości kształcenia, stopnia dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku pracy, poziomu rozwoju kompetencji zawodowych, społecznych, językowych i cyfrowych, współpracy pomiędzy edukacją, branżą i samorządami oraz identyfikację najważniejszych barier i wyzwań związanych z rozwojem kadr turystycznych.

Przyjęta metodologia umożliwiła przeprowadzenie kompleksowej analizy porównawczej i identyfikację kluczowych problemów związanych z przygotowaniem kadr dla współczesnego rynku turystycznego.

Projekt badawczy I. Kształcenie kadr turystycznych a potrzeby rynku pracy – perspektywa branży turystycznej

Badanie przeprowadzono wśród 41 przedstawicieli branży turystycznej. W strukturze respondentów dominowały podmioty związane z hotelarstwem i usługami noclegowymi (46%), gastronomią (24%) oraz sektorem HoReCa (22%).

Wyniki badań potwierdziły występowanie istotnej luki kompetencyjnej pomiędzy efektami kształcenia a potrzebami rynku pracy. Ponad połowa respondentów wskazała na konieczność dodatkowego szkolenia nowo zatrudnionych pracowników (51%) oraz brak programów przygotowujących do pracy w konkretnych segmentach rynku turystycznego (54%).

Przedstawiciele przedsiębiorstw za najważniejsze kompetencje miękkie uznali komunikatywność (90%), empatię (83%), umiejętność budowania relacji (68%), pracę zespołową (66%), tworzenie dobrej atmosfery (63%) oraz radzenie sobie ze stresem (61%). Jednocześnie przy zatrudnianiu nowych pracowników największe znaczenie przypisano znajomości języków obcych (80%), umiejętności budowania relacji z klientami (76%) oraz znajomości zasad etyki zawodowej (66%).

Najczęściej wskazywane braki kompetencyjne dotyczyły obsługi klienta (78%), praktycznych umiejętności zawodowych (68%), znajomości języków obcych (68%), prowadzenia dokumentacji służbowej (61%) oraz znajomości systemów branżowych (49%). W opinii respondentów największego znaczenia w najbliższych latach nabiorą kompetencje cyfrowe (85%), znajomość języków obcych (85%), obsługa nowych segmentów rynku (66%) oraz zagadnienia związane z turystyką zrównoważoną (56%).

Przedsiębiorcy wskazali również na potrzebę dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku (83%), wzmacniania współpracy branży z placówkami edukacyjnymi (71%) oraz podnoszenia kompetencji kadry dydaktycznej (68%).

Projekt badawczy II. Kształcenie kadr turystycznych a potrzeby rynku pracy – perspektywa przedstawicieli szkół i uczelni o profilu turystycznym

W badaniu uczestniczyło 47 przedstawicieli szkół i uczelni o profilu turystycznym. Strukturę respondentów zdominowały uczelnie wyższe (49%) oraz technika o profilu turystycznym (45%), natomiast szkoły średnie stanowiły 6% badanych podmiotów. Kształcenie realizowane było przede wszystkim w trybie stacjonarnym (62%), a dominującymi poziomami edukacji były studia pierwszego stopnia (43%) oraz studia drugiego stopnia (36%).

W badanych placówkach dominowały formy kształcenia zawodowego (45%) oraz profil praktyczny (36%), natomiast profil ogólnoakademicki wskazano w 30% odpowiedzi. Oferta dydaktyczna obejmowała przede wszystkim kierunki związane z turystyką (52%), sportem i turystyką na terenach górskich (30%), turystyką kulturową (26%) oraz turystyką historyczną i dziedzictwem kulturowym (26%).

Przedstawiciele szkół i uczelni podkreślali konieczność dalszego rozwijania kompetencji praktycznych, cyfrowych i branżowych oraz dostosowywania programów nauczania do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku pracy. Szczególne znaczenie przypisywano rozwojowi kompetencji komunikacyjnych, kreatywności, pracy zespołowej i obsługi klienta.

Za najważniejsze formy współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym uznano praktyki i staże zawodowe, udział przedstawicieli branży w zajęciach dydaktycznych oraz organizację wizyt studyjnych.

Projekt badawczy III. Kształcenie kadr turystycznych a potrzeby rynku pracy – perspektywa przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego

Badanie przeprowadzono wśród 48 przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego (JST). W strukturze respondentów dominowały urzędy gmin (41%) oraz urzędy miast (38%), natomiast urzędy powiatowe stanowiły 19% badanych jednostek.

Najczęściej wskazywanymi dokumentami strategicznymi były miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego (58%), studia uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego (33%) oraz strategie rozwoju gospodarczego (30%). Jednocześnie aż 47% respondentów wskazało, że dokumenty strategiczne nie zawierają zapisów dotyczących rozwoju kadr turystycznych, natomiast jedynie 28% potwierdziło obecność takich rozwiązań.

Współpraca JST ze szkołami i uczelniami koncentrowała się przede wszystkim na organizacji wydarzeń branżowych (33%) oraz praktyk i staży zawodowych (21%), jednak aż 44% badanych zadeklarowało brak współpracy w tym zakresie. Udział przedstawicieli JST w opracowywaniu programów kształcenia praktycznie nie występował (0%).

Dostępność wykwalifikowanych kadr dla sektora turystycznego jako trudną do określenia oceniło 37% respondentów, natomiast 42% wskazało, że pracowników jest raczej za mało lub zdecydowanie za mało. Jednocześnie jedynie 8% JST uznało, że absolwenci kierunków turystycznych są dobrze przygotowani i chętnie zatrudniani.

W opinii przedstawicieli JST największego znaczenia w najbliższych latach nabiorą znajomość języków obcych (77%), kompetencje cyfrowe (60%), nowe technologie (54%), zarządzanie projektami turystycznymi (42%), turystyka zrównoważona (33%) oraz kompetencje międzykulturowe (31%).

Za najważniejszych partnerów współpracy uznano Lokalne Organizacje Turystyczne (50%), Ministerstwo Sportu i Turystyki (46%), Regionalne Organizacje Turystyczne (40%) oraz Polską Organizację Turystyczną (40%). Jednocześnie jedynie 36% respondentów zadeklarowało gotowość uczestnictwa w stałym forum współpracy edukacja–biznes–samorząd.

**Projekt badawczy IV. Kształcenie kadr turystycznych a potrzeby rynku pracy –
perspektywa uczniów i studentów kierunków turystycznych wobec pracy
w branży turystycznej**

Badanie objęło 466 uczniów i studentów kierunków turystycznych. Najliczniejszą grupę stanowili uczniowie techników o profilu turystycznym (71%), studenci studiów licencjackich (15%) oraz studenci studiów magisterskich (12%).

Większość respondentów deklarowała chęć podjęcia pracy w branży turystycznej po zakończeniu nauki (62%), natomiast 20% nie posiadało jeszcze sprecyzowanych planów zawodowych. Jednocześnie aż 78% badanych pozytywnie oceniło atrakcyjność pracy w sektorze turystycznym, podczas gdy jedynie 5% wyraziło opinie negatywne.

Największym zainteresowaniem jako przyszłe miejsce zatrudnienia cieszyły się biura podróży i touroperatorzy (43%), hotelarstwo i obiekty noclegowe (31%), gastronomia (25%) oraz branża HoReCa (22%). Respondenci najczęściej wskazywali również animację czasu wolnego (20%), organizację imprez turystycznych (20%), organizację wydarzeń (18%) oraz obsługę klienta (14%) jako najbardziej atrakcyjne obszary aktywności zawodowej.

Pozytywną ocenę dopasowania programów nauczania do wymagań rynku pracy wyraziło 65% badanych, a 54% pozytywnie oceniło praktyczny wymiar kształcenia. Jednocześnie 54% respondentów deklarowało gotowość do podjęcia pracy w branży turystycznej, natomiast 26% oceniało swoje przygotowanie negatywnie.

Najważniejszymi czynnikami zachęcającymi do pracy w turystyce były wysokie wynagrodzenia (62%), większa liczba ofert pracy (34%), stabilność zatrudnienia (32%), możliwość pracy całorocznej (30%) oraz dobra atmosfera pracy (30%). Do głównych barier zaliczono niskie wynagrodzenia (47%), brak doświadczenia zawodowego (45%), sezonowość pracy (40%), ograniczoną liczbę ofert zatrudnienia (36%) oraz brak stabilności zatrudnienia (32%).

Respondenci oczekiwali przede wszystkim zwiększenia liczby praktyk i staży zawodowych (50%), większej liczby zajęć praktycznych (44%) oraz zacieśnienia współpracy szkół i uczelni z branżą turystyczną (42%).

**Projekt badawczy V. Kształcenie kadr turystycznych a potrzeby rynku pracy –
perspektywa uczniów i studentów kierunków turystycznych wobec
edukacji turystycznej**

Badanie przeprowadzono wśród 290 uczniów i studentów kierunków turystycznych. Strukturę próby zdominowali uczniowie techników o profilu turystycznym (75%), studenci studiów licencjackich (21%), studenci studiów magisterskich (2%), uczniowie szkół branżowych (1%) oraz liceów o profilu turystycznym (1%). Większość respondentów realizowała kształcenie w trybie stacjonarnym (89%).

Większość respondentów (59%) pozytywnie oceniła stopień dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku pracy, natomiast 64% pozytywnie oceniło przygotowanie oferowane przez szkoły i uczelnie do pracy w turystyce. Jednocześnie 23% badanych uznało, że programy jedynie częściowo odpowiadają potrzebom branży.

Pozytywnie rozwój kompetencji miękkich oceniło 63% respondentów, wskazując przede wszystkim na pracę zespołową (45%), komunikatywność (44%) oraz kreatywność (43%). Najślabiej oceniono orientację na klienta (21%) oraz kompetencje międzykulturowe (1%).

Pozytywną ocenę rozwoju kompetencji zawodowych wyraziło 67% badanych. Najlepiej oceniono przygotowanie w zakresie organizacji i sprzedaży imprez turystycznych (49%), realizacji programów rekreacyjnych (31%) oraz obsługi klienta (29%). Jednocześnie respondenci wskazali na liczne luki kompetencyjne dotyczące umiejętności praktycznych (51%), obsługi klienta (38%), programów komputerowych (30%), wiedzy o rynku pracy (29%) oraz nowych technologii (28%).

Pozytywnie współpracę szkół i uczelni z branżą oceniło 57% respondentów. Najczęściej wskazywanymi formami współpracy były praktyki i staże (45%), wspólne projekty (19%), wizyty studyjne (18%) oraz zajęcia prowadzone przez praktyków (14%). Monitoring losów absolwentów potwierdziło jedynie 16% respondentów, podczas gdy 38% nie posiadało wiedzy na ten temat.

**Projekt badawczy VI. Kształcenie kadr turystycznych a potrzeby rynku pracy –
perspektywa uczniów i studentów kierunków turystycznych wobec pracy w turystyce
w strukturach jednostek samorządu terytorialnego**

Badanie objęło 281 uczniów i studentów kierunków turystycznych. W strukturze respondentów dominowali uczniowie techników (77%), studenci studiów licencjackich (17%) oraz studenci studiów magisterskich (3%).

Pracą w instytucjach związanych z jednostkami samorządu terytorialnego zainteresowanych było 40% respondentów, jednak 37% badanych nie posiadało jeszcze sprecyzowanych planów zawodowych. Jednocześnie 62% uczniów i studentów pozytywnie oceniło atrakcyjność pracy w strukturach JST.

Największym zainteresowaniem cieszyły się Regionalne Organizacje Turystyczne (32%), Lokalne Organizacje Turystyczne (31%) oraz jednostki zarządzające atrakcjami turystycznymi (25%). Respondenci najczęściej wskazywali organizację wydarzeń turystycznych (53%), promocję turystyki i marketing miejsca (49%), obsługę ruchu turystycznego (32%) oraz planowanie rozwoju turystyki (29%) jako najbardziej atrakcyjne obszary aktywności zawodowej.

Ponad połowa respondentów (54%) pozytywnie oceniła stopień dopasowania programów kształcenia do pracy w strukturach JST, natomiast 46% wysoko oceniło praktyczny charakter zdobywanej wiedzy. Taki sam odsetek badanych deklarował gotowość do podjęcia pracy w administracji turystycznej.

Największe luki kompetencyjne dotyczyły planowania rozwoju turystyki (46%), zarządzania projektami i funduszami europejskimi (37%), współpracy z instytucjami publicznymi (36%), marketingu terytorialnego (36%) oraz znajomości zasad funkcjonowania administracji samorządowej (34%).

Do najważniejszych barier utrudniających podjęcie pracy w sektorze publicznym respondenci zaliczyli ograniczoną liczbę miejsc pracy (44%), formalny charakter pracy (36%), niewystarczającą informację o ofertach zatrudnienia (34%) oraz niższą atrakcyjność pracy w administracji (27%). Jednocześnie ponad połowa respondentów miała kontakt z jednostkami samorządu terytorialnego w trakcie kształcenia.

ANEKS 2. MATRYCA KOMPETENCJI I LUK KOMPETENCYJNYCH W SEKTORZE TURYSTYKI

Poniższa matryca przedstawia najważniejsze kompetencje oraz obszary wymagające dalszego rozwoju, zidentyfikowane przez przedstawicieli branży turystycznej, przedstawicieli szkół i uczelni, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Zestawienie ma charakter jakościowy i syntetyczny – jego celem jest ukazanie podobieństw i różnic pomiędzy poszczególnymi grupami respondentów, a także wskazanie kluczowych wyzwań stojących przed systemem kształcenia kadr dla turystyki.

Tabela 1 Kompetencje i luki kompetencyjne w świetle badań różnych grup interesariuszy rynku turystycznego

Obszar kompetencji	Perspektywa przedstawicieli branży turystycznej	Perspektywa przedstawicieli szkół i uczelni	Perspektywa przedstawicieli JST	Perspektywa uczniów i studentów
Kompetencje społeczne i interpersonalne	Komunikacja z klientem, budowanie relacji, empatia, praca zespołowa, radzenie sobie ze stresem	Rozwijanie kompetencji komunikacyjnych, pracy zespołowej oraz kreatywności	Współpraca z partnerami lokalnymi i instytucjonalnymi, komunikacja z interesariuszami	Komunikatywność, kreatywność, samodzielność i umiejętność współpracy
Kompetencje zawodowe	Obsługa klienta, praktyczne przygotowanie do pracy, znajomość procedur branżowych	Organizacja usług turystycznych, przygotowanie zawodowe i rozwijanie umiejętności praktycznych	Planowanie rozwoju turystyki, promocja, zarządzanie projektami oraz organizacja wydarzeń	Organizacja imprez turystycznych, obsługa ruchu turystycznego i programy rekreacyjne
Kompetencje cyfrowe i technologiczne	Wykorzystanie systemów branżowych, narzędzi cyfrowych i nowych technologii	Rozwijanie kompetencji cyfrowych oraz wykorzystywanie nowoczesnych technologii w procesie kształcenia	Wykorzystanie technologii informacyjnych, narzędzi cyfrowych i systemów wspierających zarządzanie turystyką	Obsługa programów komputerowych, wykorzystanie nowych technologii i kompetencje cyfrowe
Kompetencje językowe i międzykulturowe	Znajomość języków obcych i umiejętność pracy z klientami zagranicznymi	Rozwijanie kompetencji językowych i międzykulturowych	Komunikacja z turystami krajowymi i zagranicznymi oraz współpraca międzyinstytucjonalna	Znajomość języków obcych oraz kompetencje międzykulturowe
Kompetencje organizacyjne i zarządcze	Organizacja pracy, podejmowanie decyzji i zarządzanie zespołem	Kształtowanie umiejętności organizacyjnych i zarządczych	Zarządzanie projektami, współpraca z podmiotami zewnętrznymi i planowanie strategiczne	Organizacja wydarzeń, koordynacja działań oraz planowanie przedsięwzięć
Najważniejsze luki kompetencyjne	Niedostateczne przygotowanie praktyczne, braki w obsłudze klienta oraz kompetencjach językowych	Konieczność dalszego dostosowywania programów kształcenia do potrzeb rynku pracy	Ograniczona współpraca z systemem edukacji oraz niedobory kompetencji związanych z administracją i zarządzaniem projektami	Niedostateczne umiejętności praktyczne, braki w zakresie obsługi klienta, technologii i znajomości rynku pracy
Kluczowe wyzwania rozwojowe	Silniejsze powiązanie edukacji z potrzebami przedsiębiorstw turystycznych	Aktualizacja programów nauczania i rozwijanie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym	Wzmocnienie współpracy z branżą i instytucjami edukacyjnymi	Zwiększenie liczby praktyk, zajęć praktycznych i kontaktu z pracodawcami

Źródło: badania własne, 2026

Przedstawiona matryca potwierdza, że poszczególne grupy interesariuszy rynku turystycznego w dużej mierze zgodnie identyfikują kluczowe kompetencje niezbędne do funkcjonowania we współczesnej turystyce. Szczególne znaczenie przypisywane jest kompetencjom społecznym, praktycznym, cyfrowym oraz językowym, które stanowią podstawę efektywnego funkcjonowania zarówno przedsiębiorstw turystycznych, jak i instytucji publicznych.

Jednocześnie analiza wskazuje na występowanie istotnych luk kompetencyjnych związanych przede wszystkim z niedostatecznym przygotowaniem praktycznym absolwentów, ograniczonym doświadczeniem zawodowym, niewystarczającą znajomością nowych technologii oraz potrzebą silniejszego powiązania systemu edukacji z oczekiwaniami rynku pracy.

Wyniki badań potwierdzają również konieczność dalszego rozwijania współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami turystycznymi, szkołami i uczelniami, jednostkami samorządu terytorialnego oraz uczniami i studentami kierunków turystycznych.

ANEKS 3. KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI W TURYSTYCE – ZESTAWIENIE PORÓWNAWCZE

Dynamiczne przemiany zachodzące na rynku turystycznym, związane między innymi z postępującą cyfryzacją, rozwojem nowych technologii, internacjonalizacją usług oraz zmianami społecznymi i gospodarczymi, powodują konieczność ciągłego dostosowywania kompetencji pracowników sektora turystycznego. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że współczesny rynek pracy coraz większą wagę przypisuje nie tylko tradycyjnym umiejętnościom zawodowym, lecz także kompetencjom cyfrowym, językowym, organizacyjnym i międzykulturowym.

Poniższa tabela przedstawia syntetyczne zestawienie kompetencji, które – z perspektywy przedstawicieli branży turystycznej, szkół i uczelni, jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych – będą odgrywały kluczową rolę w rozwoju turystyki w najbliższych latach.

Tabela 2 Kompetencje przyszłości w turystyce w opinii różnych grup respondentów

Obszar kompetencji	Perspektywa przedstawicieli branży turystycznej	Perspektywa przedstawicieli szkół i uczelni	Perspektywa przedstawicieli JST	Perspektywa uczniów i studentów
Kompetencje cyfrowe i technologiczne	Rosnące znaczenie cyfryzacji, systemów branżowych i nowych technologii	Konieczność rozwijania kompetencji cyfrowych oraz wykorzystania nowoczesnych technologii w procesie kształcenia	Wzrost znaczenia technologii, systemów informacyjnych i narzędzi wspierających zarządzanie turystyką	Potrzeba rozwijania kompetencji cyfrowych i znajomości nowych technologii
Kompetencje językowe	Znajomość języków obcych i obsługa klientów zagranicznych	Wzmacnianie kompetencji językowych	Rosnące znaczenie komunikacji międzynarodowej	Wysoka ranga języków obcych i kompetencji międzykulturowych
Kompetencje społeczne i interpersonalne	Budowanie relacji, empatia, komunikatywność	Rozwijanie pracy zespołowej i kreatywności	Współpraca międzyinstytucjonalna i komunikacja	Komunikatywność, kreatywność, elastyczność
Kompetencje organizacyjne i zarządcze	Organizacja pracy i zarządzanie zespołem	Rozwijanie umiejętności organizacyjnych	Zarządzanie projektami, planowanie strategiczne i promocja	Organizacja wydarzeń, koordynacja działań
Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem	Wzrost znaczenia turystyki zrównoważonej i nowych segmentów rynku	Włączanie zagadnień zrównoważonego rozwoju do programów nauczania	Znaczenie zrównoważonego rozwoju w polityce turystycznej	Rosnące zainteresowanie nowymi trendami w turystyce

Źródło: badania własne, 2026

Zestawienie kompetencji przyszłości wskazuje, że rozwój sektora turystycznego będzie w coraz większym stopniu uzależniony od umiejętności łączenia tradycyjnych kompetencji zawodowych z kompetencjami cyfrowymi, językowymi, organizacyjnymi i międzykulturowymi. Dynamiczne przemiany technologiczne oraz zmieniające się potrzeby turystów powodują, że od przyszłych pracowników branży oczekuje się nie tylko wiedzy specjalistycznej, ale również elastyczności i gotowości do ciągłego podnoszenia kwalifikacji.

Pomimo różnic wynikających ze specyfiki poszczególnych grup respondentów, analiza wskazuje na wspólne przekonanie dotyczące rosnącego znaczenia nowych technologii, kompetencji językowych, współpracy międzyinstytucjonalnej oraz umiejętności zarządzania projektami i organizowania działań turystycznych.

Przedstawione wyniki potwierdzają potrzebę systematycznego dostosowywania programów kształcenia do współczesnych wyzwań społecznych, gospodarczych i technologicznych, tak aby przygotowywać kadry zdolne do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się sektorze turystyki.

ANEKS 4. ZBIORCZE ZESTAWIENIE REKOMENDACJI DLA SYSTEMU KSZTAŁCENIA KADR TURYSTYCZNYCH

Poniższa tabela przedstawia najważniejsze rekomendacje sformułowane na podstawie sześciu projektów badawczych dotyczących relacji pomiędzy systemem kształcenia a potrzebami rynku pracy w turystyce. Zestawienie uwzględnia oczekiwania przedsiębiorców, przedstawicieli szkół i uczelni, jednostek samorządu terytorialnego oraz uczniów i studentów kierunków turystycznych. Rekomendacje mogą stanowić podstawę do projektowania działań podejmowanych przez administrację samorządową, instytucje edukacyjne oraz podmioty branżowe.

**Tabela 3 Zbiorcze zestawienie rekomendacji dla systemu kształcenia
kadr turystycznych**

Obszar działań	Zakres rekomendacji	Główni interesariusze
Wzmocnienie praktycznego wymiaru kształcenia	Zwiększenie liczby praktyk, staży, wizyt studyjnych i zajęć realizowanych we współpracy z przedsiębiorstwami turystycznymi oraz instytucjami publicznymi	Szkoły i uczelnie, przedsiębiorcy, JST
Systematyczna aktualizacja programów nauczania	Dostosowywanie treści kształcenia do zmian zachodzących na rynku pracy, nowych segmentów turystyki i oczekiwań pracodawców	Szkoły i uczelnie, ministerstwa, przedsiębiorcy
Rozwój kompetencji cyfrowych i technologicznych	Wzmacnianie umiejętności związanych z wykorzystaniem nowych technologii, systemów branżowych, sztucznej inteligencji i narzędzi cyfrowych	Szkoły i uczelnie, przedsiębiorcy, uczniowie i studenci
Rozwój kompetencji językowych i międzykulturowych	Poszerzanie kompetencji językowych oraz przygotowanie do pracy w zróżnicowanym środowisku społecznym i kulturowym	Szkoły i uczelnie, przedsiębiorcy, uczniowie i studenci

Rozbudowa współpracy pomiędzy edukacją, branżą i samorządami	Tworzenie trwałych mechanizmów współpracy obejmujących wspólne projekty, konsultacje programów nauczania oraz wymianę doświadczeń	Szkoły i uczelnie, przedsiębiorcy, JST
Rozwój kompetencji związanych z administracją i zarządzaniem turystyką	Wzmacnianie wiedzy z zakresu planowania rozwoju turystyki, marketingu terytorialnego, zarządzania projektami i funkcjonowania administracji samorządowej	JST, szkoły i uczelnie, uczniowie i studenci
Monitoring losów absolwentów	Rozwijanie systemów śledzenia ścieżek zawodowych absolwentów oraz wykorzystywanie wyników do doskonalenia procesu kształcenia	Szkoły i uczelnie, ministerstwa
Wspieranie idei uczenia się przez całe życie	Rozwijanie kursów, szkoleń i programów doskonalenia zawodowego odpowiadających na zmieniające się potrzeby rynku turystycznego.	Wszystkie grupy interesariuszy

Źródło: badania własne, 2026

Przedstawione rekomendacje stanowią syntetyczne podsumowanie najważniejszych wniosków wynikających z przeprowadzonych badań i wskazują kierunki działań, które mogą przyczynić się do lepszego dostosowania systemu kształcenia kadr turystycznych do współczesnych potrzeb rynku pracy. Ich realizacja wymaga zaangażowania wielu podmiotów, w szczególności administracji samorządowej, instytucji edukacyjnych, przedsiębiorstw turystycznych oraz organizacji działających na rzecz rozwoju turystyki.

Analiza opinii poszczególnych grup respondentów potwierdza, że kluczowe znaczenie dla rozwoju sektora turystycznego mają dalsze wzmacnianie praktycznego wymiaru kształcenia, rozwój kompetencji cyfrowych, językowych i organizacyjnych, a także budowanie trwałych mechanizmów współpracy pomiędzy edukacją, branżą i jednostkami samorządu terytorialnego.

Wdrażanie rekomendowanych działań może przyczynić się nie tylko do podnoszenia jakości kształcenia i zwiększenia konkurencyjności polskiej

turystyki, lecz również do lepszego przygotowania przyszłych pracowników do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu społecznym, gospodarczym i technologicznym. Dzięki temu możliwe będzie skuteczniejsze wykorzystanie potencjału sektora turystycznego oraz tworzenie stabilnych podstaw jego dalszego rozwoju.

INFORMACJA O ŹRÓDŁACH

Niniejszy Raport syntetyczny został opracowany na podstawie wyników 6 projektów badawczych (Raportów). Szczegółowe zestawienia bibliograficzne oraz wykazy źródeł wykorzystanych w poszczególnych badaniach zostały zamieszczone w raportach cząstkowych.

SPIS TABEL

Tabela 1 Kompetencje i luki kompetencyjne w świetle badań różnych grup interesariuszy rynku turystycznego _____ 62

Tabela 2 Kompetencje przyszłości w turystyce w opinii różnych grup respondentów _____ 65

Tabela 3 Zbiorcze zestawienie rekomendacji dla systemu kształcenia kadr turystycznych _____ 67