

**Mariusz Sołtysik, Wojciech Fedyk,
Izabela Gruszka**

**Podaż i popyt na kadry turystyczne
dla ME Euro 2012 jako element
procesu zwiększania efektywności
sektora turystyki na Dolnym Śląsku**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 85, 265-277

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

MARIUSZ SOŁTYSIK

WOJCIECH FEDYK

IZABELA GRUSZKA

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

**PODAŻ I POPYT NA KADRY TURYSTYCZNE DLA ME EURO 2012
JAKO ELEMENT PROCESU ZWIĘKSZANIA EFEKTYWNOŚCI
SEKTORA TURYSTYKI NA DOLNYM ŚLĄSKU**

Wprowadzenie

W ostatnim okresie odnotowuje się na Dolnym Śląsku znaczne wahania przyjazdów turystów (krajowych i zagranicznych) oraz w dynamice ruchu regionalnego, ale mimo tego faktu, należy podkreślić, że jest to jeden z najbardziej prężnych sektorów regionalnej gospodarki i odgrywa bez wątpienia kluczową rolę w jej ożywieniu.

Dynamiczny rozwój regionalnego przemysłu turystycznego sprzyja także powstawaniu nowych miejsc pracy bezpośrednio w turystyce i branżach okołoturystycznych, a w konsekwencji podnosi pośrednio jakość życia lokalnych społeczności i wpływa na zmiany społeczno-gospodarcze.

Europejskie trendy na rynku turystycznym oraz postępujący proces wielokierunkowej globalizacji są głównymi czynnikami determinującymi pojawianie

się (nawet jako swoiste „wymuszanie”) na rynku pracy potrzeby tworzenia i rozwoju nowych typów zawodów turystycznych¹.

Pojawiające się nowe zawody i kompetencje pracowników w sektorze turystyki są także wynikiem zmiany stylu konsumpcji usług turystycznych przez polskie społeczeństwo, które staje się bardziej aktywne turystycznie, ceni wygodę oraz jakość kupowanych usług i produktów turystycznych, a też w wielu przypadkach szczególnie docenia jakość bezpośredniej obsługi klienta (np. w sektorach turystyki biznesowej, MICE, med-tours czy turystyki uzdrowiskowej).

Rola kadr turystycznych w zwiększaniu udziału sektora turystycznego w regionalnej gospodarce turystycznej jest nie do przecenienia i powszechnie jest także utożsamiana z szansą na podniesienie jakości oferowanych usług turystycznych, a tym samym zbudowania wizerunku Dolnego Śląska jako interesującej destynacji turystycznej, i w konsekwencji wzrostu efektywności regionalnej gospodarki turystycznej poprzez wzrost ruchu turystycznego i dochodów.

Celem niniejszego opracowania jest próba określenia stanu podaży i popytu na kadry turystyczne na Dolnym Śląsku, a ponadto wskazanie kierunków niezbędnych zmian w systemie ich kształcenia, adekwatnych do potrzeb regionalnej gospodarki turystycznej i podnoszących efektywność sektora turystycznego w tym zakresie. Podjęto też próbę określenia wpływu organizacji ME EURO 2012 na Dolnym Śląsku na popyt i podaż w zakresie kadr turystycznych w wybranych sektorach regionalnej gospodarki turystycznej.

W opracowaniu posłużono się wynikami analiz źródeł wtórnych, w tym szczególnie raportów oraz sprawozdań z badań sondażowych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego, dokumentów strategicznych, programu rozwoju turystyki na Dolnym Śląsku oraz opracowań autorskich, zrealizowanych m.in. w Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej.

¹ Wskazuje się m.in. na potrzebę szkolenia kadr dla wykonywania zawodów: animatorów turystyki, brokerów i infobrokerów turystycznych, doradców turystycznych, a nawet aniołów biznesu turystycznego (*business angel in tourism*).

1. Stan kadr turystycznych w gospodarce Dolnego Śląska

Na znaczącą rolę zasobów kadr turystycznych w kształtowaniu kierunków rozwoju gospodarki turystycznej Dolnego Śląska wskazuje dokument *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego* (tabela 1), który jednocześnie identyfikuje podstawowe problemy tej sfery turystyki, tj. „niewystarczającą ilość i słabe przygotowanie kadry do obsługi ruchu turystycznego, brak badań potrzeb szkoleniowych czy niską świadomość znaczenia rozwoju turystyki wśród mieszkańców województwa”².

Tabela 1

Strategiczne cele i działania w sferze rozwoju kadr turystycznych na Dolnym Śląsku

Typ celu	Zakres merytoryczny
<i>Cel strategiczny 4</i>	Wzmocnienie potencjału ludzkiego regionu na potrzeby turystyki oraz przygotowanie kadr do recepcji ruchu turystycznego
<i>Cel operacyjny 4.1.</i> Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej	4.1.1 Opracowanie i wdrożenie skutecznego systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe pracowników związanych z sektorem turystyki 4.1.2 Wsparcie tworzenia Regionalnego Centrum Szkolenia Kadr Turystycznych wraz z zapleczem infrastruktury szkoleniowej
<i>Cel operacyjny 4.2.</i> Przygotowanie służb publicznych oraz pracowników sektora usług okołoturystycznych do obsługi	4.2.1 Wdrożenie zintegrowanego systemu szkoleń dla różnych grup zawodowych świadczących usługi w sferze okołoturystycznej oraz dla służb publicznych 4.2.2 Propagowanie i upowszechnianie wiedzy o roli i korzyściach płynących z rozwoju turystyki w regionie 4.2.3 Realizacja projektów recepcyjnych podnoszących jakość usług 4.2.4 Stworzenie systemu wsparcia kadr turystycznych
<i>Cel operacyjny 4.3.</i> Przygotowanie mieszkańców województwa do recepcji turystów	4.3.1. Wdrożenie programu budowania lokalnej tożsamości na poziomie szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz średnich – podniesienie poziomu wiedzy o regionie wśród mieszkańców 4.3.2. Stymulowanie zainteresowania lokalnej społeczności podejmowaniem działalności w sferze turystycznej 4.3.3. Kształtowanie postaw proturystycznych wśród mieszkańców
<i>Cel operacyjny 4.4.</i> Rozwój badań na rzecz kształtowania profesjonalnych kadr dla turystyki	4.4.1. Prowadzenie badań rynku pracy w turystyce i dystrybucja ich wyników 4.4.2. Prowadzenie badań potrzeb szkoleniowych wśród pracodawców i pracowników 4.4.3. Monitorowanie efektywności programów szkoleniowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego*, praca zbiorowa, Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A., Warszawa, styczeń 2009, s. 100–101.

² *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego*, praca zbiorowa, Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A., Warszawa, styczeń 2009, s. 100.

Przeprowadzenie wielokierunkowej oceny zasobów i struktury jakościowo-ilościowej kadr turystycznych na Dolnym Śląsku jest trudne ze względu na ograniczony dostęp do źródeł statystycznych, niski stopień aktualności danych czy w końcu niechęć podmiotów branży turystycznej do uczestnictwa w badaniach ankietowych.

Tabela 2

Zidentyfikowane trendy i tendencje w gospodarce turystycznej Dolnego Śląska w sektorze kadr turystycznych

Sektor kadr turystycznych	
<p>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – rosnące dotacje na szkolenie kadr turystycznych z POKL /np. teleinformatoryzy, instruktorzy rekreacji konnej, pamiątkarze itp., – powstające nowe specjalizacje turystyczne na studiach wyższych, – szkolenie kadr turystycznych z wykorzystaniem e-learningu, – podnoszenie kwalifikacji przez szkolenia kadr punktów informacji turystycznej. 	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> – wzrost znaczenia personelu o wysokich kwalifikacjach, – potrzeba lepszego i bardziej kreatywnego przekazywania informacji, – orientacja na potrzeby klienta, – klient coraz bardziej wymagający.
Sektor informacji turystycznej	
<p>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – większa aktywność w szkoleniu profesjonalnych kadr do obsługi punktów IT, w tym osób niepełno-sprawnych, – szkolenie informatorów turystycznych w innych placówkach JST. 	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> – wzrost znaczenia personelu o wysokich kwalifikacjach, – nowe sposoby komunikowania, – potrzeba lepszego i bardziej kreatywnego przekazywania informacji.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Ocena wpływu zidentyfikowanych trendów rozwojowych na sytuację sektora turystyki na Dolnym Śląsku, ze szczególnym uwzględnieniem spodziewanych zmian na rynku pracy. Wpływ zidentyfikowanych tendencji w ruchu turystycznym w regionie na trendy rozwojowe w gospodarce turystycznej na Dolnym Śląsku*, Raport 2B, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław, 2010, s. 43–44.

Warto w tym miejscu wskazać na wyniki przeprowadzonych analiz potencjału kadr turystycznych Dolnego Śląska przez Samorząd Województwa Dolnośląskiego w ramach projektu POKL *Ocena szans rozwojowych w turystyce*

*Dolnego Śląska w kontekście EURO 2012 POKL.08.01.04-02-001/09*³, które są pierwszym w regionie tak szerokim badaniem kapitału ludzkiego w dolnośląskiej turystyce. Poniżej zaprezentowano wybrane wyniki przeprowadzonych analiz odnoszących się do kluczowych cech sektora kadr turystycznych na Dolnym Śląsku. Za interesujący uznać należy fakt skorelowania kilku aktualnych form i kierunków doskonalenia kadr turystycznych w regionie z trendami i tendencjami na rynku ogólnoeuropejskich usług turystycznych, a tym samym wzrostu szansy na uzyskanie konkurencyjnej pozycji Dolnego Śląska w sferze rozwoju usług turystycznych (tabela 2).

Tabela 3

Cechy zatrudnienia kadr turystycznych według wybranych sektorów gospodarki turystycznej Dolnego Śląska

Typ sektora	Zdiagnozowane cechy kadr turystycznych
Sektor noclegowy – hotele	zatrudnione osoby to przede wszystkim pracownicy w wieku 25–34 lata, kobiety, osoby związane z bezpośrednią obsługą klientów, zwłaszcza w hotelach cztero- (97%) i pięciogwiazdkowych (93%); są to osoby z wykształceniem średnim, przede wszystkim kadra kierownicza
Sektor noclegowy – pensjonaty, schroniska, domy wycieczkowe	w strukturze zatrudnienia dominują kobiety – w pensjonatach (65%), w schroniskach (65%) w domach wycieczkowych (67%); w pensjonatach i domach wycieczkowych zatrudniane są głównie osoby w wieku 25–34 lata, w schroniskach – 24 i mniej lat (30%); w pensjonatach 70% pracowników zatrudnionych na stałe to kobiety, w schroniskach – 65%, w domach wycieczkowych – 67%; bezpośrednią obsługą klienta zajmują się głównie osoby z wykształceniem średnim
Sektor bazy gastronomicznej	dominują pracownicy w wieku 25–34 lata (34%), w tym kobiety (69%); stałe zatrudnienie w ciągu roku dotyczy 95% pracowników; w bezpośredniej obsłudze klienta zatrudnionych jest 72% osób; jeśli chodzi o poziom wykształcenia pracowników – dominuje wykształcenie średnie (71%)
Sektor organizatorów/pośredników turystyki	według kategorii wiekowej dominują pracownicy w wieku 25–34 lata (53%), w tym kobiety (71%); stałe zatrudnienie w ciągu roku dotyczy 79% pracowników; w bezpośredniej obsłudze klienta zatrudnionych jest 61% osób; jeśli chodzi o poziom wykształcenia pracowników – dominuje wykształcenie wyższe 57%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Ocena wpływu zidentyfikowanych trendów...*, *op. cit.*

Równie istotnym dla wzrostu efektywności regionalnej gospodarki turystycznej jest poziom wykształcenia kadr turystycznych w poszczególnych sek-

³ Współautor artykułu W. Fedyk był ekspertem w zespole redakcyjnym siedmiu raportów we wskazanym projekcie. Raporty z I etapu realizacji projektu (2010), Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego (<http://projekt.turystyka.dolnyslask.pl/>).

torach, ich struktura jako-ściowa, a także status ze względu na czas zatrudnienia (tabela 3).

Należy odnotować także, że⁴:

- dominującą grupą wiekową zatrudnionych osób w branży turystycznej są osoby w wieku 25–34 lat;
- liczba najmłodszych pracowników (do 24. roku życia) jest większa, niż liczba pracowników należących do najstarszej grupy wiekowej (powyżej 55. roku życia);
- w branży turystycznej pracuje najwięcej kobiet – w każdej grupie wiekowej stanowią przeważającą część kadry; pod względem struktury w kadrze zarządzającej pracuje tyle samo mężczyzn co kobiet;
- najliczniejsza w strukturze zatrudnienia jest kadra bezpośredniej obsługi klienta, najmniej liczna – kadra średniego szczebla;
- pracownicy firm posiadają najczęściej wykształcenie średnie; wykształcenie zawodowe posiada co dziesiąty pracownik zatrudniony w branży turystycznej;
- tylko 28 % osób zatrudnionych w ankietowanych przedsiębiorstwach turystycznych posiada wykształcenie branżowe (jest to wynik niepokojący, ponieważ wykształcona kadra jest gwarantem jakości świadczonych usług).

Analiza potencjału i charakteru kadr turystycznych w regionie wskazuje także na wiele problemów mających istotne znaczenie dla kształtowania obrazu i wizerunku oraz jakości oferty turystycznej Dolnego Śląska. Wśród bardziej istotnych, w odniesieniu do wybranych typów kadr turystycznych, zalicza się⁵:

- **pilot wycieczek** – „monokultura językowa” aktualnie zatrudnionej kadry pilotów wycieczek oraz struktura wiekowa (dominacja osób w podeszłym wieku) ogranicza możliwości pozyskiwania nowych zagranicznych rynków migracji turystycznych na Dolny Śląsk i nowych segmentów turystów w wieku do 45 lat;
- **informer turystyczny** – wykształcona kadra turystyczna ze znajomością języków obcych jest podstawowym celem i składnikiem systemu nowoczesnej informacji turystycznej i świadczenia usług turystycznych, w tym w kontekście Euro 2012 (kursy: teleinformer pracownik Call

⁴ *Ocena wpływu zidentyfikowanych trendów..., op.cit., s. 168.*

⁵ *Tamże, s. 308–312.*

- Center adresowany do osób niepełnosprawnych, recepcjonista, przewodnik i pilot turystyczny);
- **animator turystyki** – typ zawodu w sektorze turystyki, który ma szczególne znaczenie dla wdrażanej przez samorząd województwa i DOT we współpracy z ponad 120 JST koncepcji subregionalnych sieciowych produktów turystycznych, które wygenerują m.in. całkowicie nowe produkty turystyczne w systemie sieciowym i potrzeby w zakresie ich obsługi przez profesjonalnie wykształconą, specjalistyczną kadrę turystyczną niemal we wszystkich typach i formach turystyki;
 - **przewodnik terenowy po Dolnym Śląsku** – odziedziczona historycznie „monokultura językowa” przewodników turystycznych, ich struktura wiekowa (dominacja osób w podeszłym wieku) oraz silna koncentracja miejsca zamieszkania przewodników tylko w kilku miastach ogranicza możliwości pozyskiwania nowych zagranicznych rynków migracji turystycznych na Dolny Śląsk oraz nowych segmentów turystów w wieku do 45 lat;
 - **przewodnik po atrakcji lokalnej/zakładowy** – luka prawna, jaka istnieje na rynku usług przewodnickich od blisko 8 lat z powodu niewydawania przez właściwego ministra rozporządzenia dotyczącego przewodnictwa zakładowego oczekiwanego przez środowisko gestorów atrakcji turystycznych, placówki muzealno-dydaktyczne i inne nietypowe obiekty turystyczne;
 - **agromanager** – mimo znaczącej konsolidacji gospodarstw agroturystycznych z Dolnego Śląska w blisko 13 stowarzyszeniach branżowych, brak tych umiejętności wśród gestorów bazy agroturystycznej na Dolnym Śląsku powoduje utratę szansy na promocję oferty agroturystycznej na rynku ogólnopolskim, europejskim i niską konkurencyjność dolnośląskiej agroturystyki, m.in. w stosunku do województwa małopolskiego czy śląskiego;
 - **pamiętkarz i wytwórca produktu lokalnego** – dziedzictwo tradycyjnego rękodziela i osobliwości kuchni Dolnego Śląska jest jednym z najwartościowszych w Polsce. Możliwość zakupu wyrobów tradycyjnego rękodziela, a także niejednokrotnie samodzielnego wykreowania własnego produktu (z papieru, drewna, szkła, metalu, gliny) są dzisiaj jednym z podstawowych elementów nowoczesnego produktu tury-

stycznego oferowanego turystom krajowym i zagranicznym, bez którego wizerunek turystyczny Dolnego Śląska jest niepełny.

System kształcenia kadr turystycznych jest istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój gospodarki turystycznej regionu. Mimo, że na Dolnym Śląsku funkcjonuje siedem szkół wyższych oraz 89 szkół ponadgimnazjalnych kształcących w kierunkach turystycznych⁶, to aktualny system nie zapewnia pełnej podaży kadr turystycznych dla regionalnego rynku turystycznego, głównie ze względu na niedostosowanie programów nauczania i typów kształcenia do potrzeb branży turystycznej.

Tabela 4

Zdiagnozowane powiązania charakteru wiedzy i umiejętności studentów kierunków turystycznych z wymaganiami podmiotów branży turystycznej na przykładzie Dolnego Śląska

Wiedza i umiejętności	Rynek pracy
<ul style="list-style-type: none"> – wiedza w zakresie geograficznych uwarunkowań turystyki – wiedza w zakresie ekonomicznych uwarunkowań turystyki – znajomość działań marketingowych na potrzeby turystyki – znajomość prawa w turystyce – umiejętność organizacji czasu wolnego turystom – dobra znajomość języków obcych – dobra znajomość technik komputerowych w zakresie turystyki – zdolności interpersonalne – uprawnienia turystyczne (pilockie, przewodnickie i inne) – prawo jazdy 	<ul style="list-style-type: none"> – usługi transportowe – usługi hotelarskie – usługi gastronomiczne – usługi rekreacyjne – usługi biur podróży – usługi informacji turystycznej, przewodnickie i pilockie – administracja państwowa i samorządowa w zakresie turystyki i rekreacji – instytucje badawcze i planistyczne w zakresie turystyki i rekreacji – edukacja turystyczna – organizacje społeczne zajmujące się turystyką i rekreacją – środki masowego przekazu (w zakresie turystyki i rekreacji)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Wyrzykowski, *Regionalny system edukacji turystycznej na Dolnym Śląsku – uwarunkowania, stan i perspektywy*, Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, Wrocław 2009, (maszynopis).

⁶ Szczegółową charakterystykę ilościowo-jakościową systemu szkolnictwa turystycznego na Dolnym Śląsku zawarto w rozdziale 2.12 Sektor kształcenia kadr oraz kadr turystycznych w: *Raport 2A: Ocena wpływu zidentyfikowanych trendów rozwojowych na sytuację sektora turystyki na Dolnym Śląsku, ze szczególnym uwzględnieniem spodziewanych zmian na rynku pracy. Charakterystyka aktualnej sytuacji gospodarki turystycznej na Dolnym Śląsku*, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław, 2010.

Należy dodać, że prowadzone okazjonalnie przez jednostki samorządu terytorialnego szkolenia własnych kadr z zakresu turystyki oraz liczne szkolenia z dotacji Unii Europejskiej prowadzone przez podmioty komercyjne nie stwarzają aktualnie właściwej bazy edukacyjnej (a tym samym podaży) dla budowy efektywnej i konkurencyjnej oraz nowoczesnej kadry gospodarki turystycznej na Dolnym Śląsku⁷.

Interesujące wyniki dotyczące powiązania zjawiska podaży i popytu z zakresu wiedzy i umiejętności studentów kierunków turystycznych z wymaganiami podmiotów regionalnej branży turystycznej wynikają z badań prowadzonych przez Wyrzykowskiego⁸ (tabela 4).

2. Podaż i popyt na kadry turystyczne dla EURO 2012

Aktualnie Dolny Śląsk stoi przed wielką szansą na dynamiczny rozwój usług turystycznych w sferze zasobów kadr turystycznych, bowiem wiąże się to bezpośrednio z organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012, która to impreza implikuje (a także wymusza) podaż na podejmowanie działań w sferze zmian modelu kształcenia i doskonalenia zawodowego kadr dla przemysłu turystycznego oraz podnoszenia jakości obsługi ruchu turystycznego z wykorzystaniem nowych typów zawodów turystycznych.

Jednym z istotnych elementów kształtowania konkurencyjnego i efektywnego kapitału ludzkiego w sektorze gospodarki turystycznej jest przede wszystkim zapewnienie odpowiedniego poziomu edukacji turystycznej, dostosowanej jednocześnie programowo do aktualnych potrzeb rynku (według zdiagnozowanego popytu na kadry zawodowe), w tym szczególnie dla sektora bezpośredniej obsługi ruchu turystycznego i rozwoju usług oraz produktów turystycznych (tabela 5).

⁷ Szczegółową charakterystykę rynku szkolenia kadr turystycznych na Dolnym Śląsku zawarto w dokumencie: *Określenie zapotrzebowania na nowe kompetencje w związku z nowymi trendami w turystyce regionalnej i wyzwaniem EURO 2012. Określenie niezbędnych działań w sektorze turystycznym w kontekście organizacji EURO 2102*, Raport 7A, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław, 2011.

⁸ Wyrzykowski J., *Regionalny system edukacji turystycznej na Dolnym Śląsku – uwarunkowania, stan i perspektywy*, Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, 2009, (maszynopis).

Tabela 5

Postulowane zmiany podażowe w systemie edukacji turystycznej na Dolnym Śląsku

Działania programowe
<ul style="list-style-type: none"> – przeprowadzenie dogłębnej analizy (w stałych cyklach) potrzeb rynku gospodarki turystycznej w zakresie typów specjalistów turystycznych, które powinny być podstawą do likwidacji specjalności turystycznych, nieoczekiwanych przez sektor turystyczny, a tworzenia nowych form edukacji i specjalizacji według zdiagnozowanego zapotrzebowania, – prowadzenie stałych badań losów absolwentów kierunków turystycznych, – dostosowanie programu nauczania (tematyki) do specyfiki konkretnych zawodów (w tym niszowych) oraz do wymagań (także technicznych), jakich oczekują pracodawcy od pracowników; zwiększenie liczby godzin nauki praktycznej wobec liczby zajęć ogólnych, – wprowadzanie większej liczby zajęć bądź specjalizacji turystycznych tylko w języku angielskim (w tym j. branżowego) lub w innym języku obcym (skorelowanych z cechami ruchu turystycznego, m.in. źródłami migracji turystycznych na Dolny Śląsk), – pilne wdrożenie regionalnego systemu szkoleń i dokształcania dla osób już pracujących w branżach turystycznych w celu stałego podnoszenia jakości obsługi ruchu turystycznego.
Działania techniczne
<ul style="list-style-type: none"> – dostosowanie planów i terminów zajęć (m.in. staże, praktyki, warsztaty) do sezonowości ruchu turystycznego, – zwiększenie i zacieśnienie współpracy uczelni i szkół z przedsiębiorcami posiadającymi doświadczenie w branży turystycznej (m.in. poprzez włączanie praktyków w proces edukacji oraz zawarte stałe porozumienia), – nasilenie wykorzystywania środków Unii Europejskiej do podnoszenia efektywności i jakości kształcenia, w tym w nowoczesnych formach edukacji, tj. e-learning z wykorzystaniem systemu platformy i wideokonferencji, – zwiększenie zaangażowania uczelni i szkół w pozyskiwanie środków zewnętrznych na finansowanie specjalizacji i szkoleń dla uczniów/studentów, w tym w modelu sponsorowania edukacji wytypowanych osób przez firmy turystyczne poszukujące dobrze wykształconych pracowników dla własnych potrzeb (forma zwrotnego stypendium, które student „odrabia”, pracując dla przedsiębiorcy), – podejmowanie współpracy z innymi instytucjami, np. szkołami wyższymi kształcącymi na podobnych kierunkach zarówno z Polski, jak i z zagranicy w zakresie realizacji wymiany uczniów i studentów, – podejmowanie regularnej współpracy z przedstawicielami instytucji rynku pracy (Dolnośląski Wojewódzki Urząd Pracy) oraz pracodawcami (Izby Turystyki) w celu organizacji odpłatnych staży dla kadr turystycznych oraz finansowania „pierwszej pracy dla absolwentów”, – promowanie współpracy między podmiotami kształcenia ustawicznego oraz uczelniami wyższymi np. w formie dobrych praktyk, ukazując korzyści, jakie uzyskują zarówno same instytucje, jak i odbiorcy ich usług – uczniowie, kursanci, studenci.

Źródło: pracowanie własne z autorskimi modyfikacjami na podstawie: *Określenie zapotrzebowania na nowe kompetencje..., op. cit.*

Obserwowany wielokierunkowy rozwój różnych typów turystyki na Dolnym Śląsku, w tym tworzenie nowych typów atrakcji i produktów turystycznych wywołuje zjawisko popytu na wyspecjalizowane kadry turystyczne do obsługi klientów czy turystów korzystających z tych usług.

Tabela 6

Rekomendacje popytowe do budowy korpusu nowoczesnych kadr turystycznych
Dolnego Śląska ze względu na zidentyfikowane potrzeby rynku

Popyt na kadry turystyki do obsługi nowo tworzonych usług i produktów turystycznych (w tym powstających na potrzeby EURO 2012)
<ul style="list-style-type: none"> - zapewnić odpowiednią ilość kadr dla sektora obiektów hotelarskich, w tym specjalistycznie wyszkolonych: recepcjonistów, mistrzów kucharskich i kucharzy; kelnerów, barmanów, pomoce kuchenne oraz pozostały personel hotelowy (<i>concierge</i>), - zapewnić kadry managerów spa, rehabilitantów, kosmetologów, masażystów, specjalistów od różnych technik relaksacji oraz serwisantów urządzeń i systemów w centrach spa, w związku z tworzenie dużej liczby tego typu ośrodków, - zapewnić przewodników i pilotów turystycznych specjalizujących się w ekoturystyce, turystyce kulturowej oraz turystyce w obiektach poprzemysłowych, a także przewodników zakładowych (obiekty muzealne, unikalne zakłady pracy), - zapewnić kadry wymagające specjalnych licencji i koncesji zawodowych: pilotów samolotów turystycznych, kapitanów statków turystycznych, - zapewnić kadre zawodowych instruktorów rekreacji ruchowej czy też turystyki kwalifikowanej dla wielu form: instruktorzy narciarstwa zjazdowego, biegowego, zimowych sportów ekstremalnych, <i>nordic walking</i>, jazdy konnej, paralotniarstwa, kolarstwa szosowego i górskiego oraz innych sportów ekstremalnych, dokonując m.in. korelacji merytorycznej i instytucjonalnej ze szkoleniami kadr instruktorów dyscyplin sportowych prowadzonych w oparciu o ustawę o kulturze fizycznej, - zapewnić kadre specjalistów wdrażających technologie informacyjno- komunikacyjne w turystyce (informacja, promocja i sprzedaż za pomocą Internetu, rezerwacja biletów lotniczych, e-usługi, e-marketing), - zapewnić managerów produktu turystycznego (touoperatorów) na poziomie MBA, którzy zajmowaliby się kompleksowym dopasowywaniem oferty do indywidualnych potrzeb turysty/turystów, - zapewnić w punktach informacji turystycznej profesjonalnych informatorów i teleinformatorów – pracowników <i>call center</i> z obowiązującymi mechanizmami podnoszenia klas zawodowych (I–III), w oparciu o zestandaryzowane szkolenia i system egzaminacyjny, - zapewnić profesjonalnych animatorów czasu wolnego typu: animator kultury ze specjalizacją teatralną, <i>Kids Entertainer</i> – animator zajmujący się grami i zabawami dla dzieci i młodzieży (najczęściej od 3 do 16 lat), <i>Sport Entertainer</i> – animator organizujący, sędziujący i koordynujący rozrywki sportowe turystów, <i>Show Entertainer</i> – animator zajmujący się wieczornymi występami (np. karaoke, skecze, wybory miss hotelu itp.), <i>All-Round Entertainer</i> – animator pełniący wszystkie powyższe role jednocześnie – wszechstronny, - zapewnić wykwalifikowane kadry na stanowiskach odpowiedzialnych za promocję, rozwój turystyki, obsługę informatyczną stron internetowych w jednostkach samorządu terytorialnego.

Źródło: opracowanie własne z autorskimi modyfikacjami na podstawie: *Określenie zapotrzebowania na nowe kompetencje...*, *op. cit.*

Przedstawione w tabeli 6 rekomendacje wskazują jednocześnie na sektory gospodarki turystycznej Dolnego Śląska, które wymagają utworzenia nowych miejsc pracy ze względu na potrzeby i zmiany w cechach ruchu turystycznego, ale także uwzględniając potrzeby organizacji EURO 2012.

Uwagi końcowe

Dominujące na świecie, w Europie, w Polsce i na Dolnym Śląsku trendy wymuszają na rynkach usług turystycznych coraz większą profesjonalizację kadr i stałe inwestowanie w kapitał ludzki, co jest jednocześnie podstawowym warunkiem zwiększania konkurencyjności i efektywności oferowanych produktów i usług turystycznych⁹.

Wyniki badań sondażowych¹⁰ nad pozyskiwaniem przez podmioty turystyczne na Dolnym Śląsku nowych kadr turystycznych wskazują, że aż 46% badanych firm turystycznych nie planuje w ogóle zwiększenia zatrudnienia w kontekście organizacji imprezy EURO 2012, a tym samym można sądzić, że nie docenia wpływu organizacji takiego wydarzenia na gospodarkę turystyczną i własny biznes. W tym kontekście niepokojący wydaje się być stosunkowo niski stopień świadomości i ograniczone potrzeby właścicieli podmiotów branży turystycznej na Dolnym Śląsku w pozyskiwaniu nowych wysoko wykwalifikowanych pracowników, w tym do obsługi nowych typów i form turystyki, a także nietypowych megaimprez, takich jak Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej EURO 2012.

Niepokojące jest również występowanie na Dolnym Śląsku wielu problemów (a nawet zapóźnień) w sferze budowania nowoczesnych i wielopoziomowych systemów edukacji kadr turystycznych oraz dużego niedostosowania oferty programowej kształcenia kadr (podaży) do oczekiwań (popytu) ze strony pracodawców z branży turystycznej w wielu sektorach regionalnej gospodarki turystycznej.

Należy jednocześnie wskazać i podkreślić, że podnoszenie jakości kadr turystycznych, w tym poprzez skorelowanie popytu i podaży w tej sferze, jest

⁹ *Kadry w gospodarce turystycznej*, red. A. Panasiuk, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2008.

¹⁰ Próba ankietowa wynosiła 360 wybranych losowo podmiotów z kilku sektorów gospodarki turystycznej regionu, które funkcjonują w 92 miejscowościach województwa dolnośląskiego. Badania zostały przeprowadzone w formie bezpośrednich telefonicznych wywiadów metodą CATI. Ankietowane przedsiębiorstwa zatrudniały łącznie powyżej dwóch tysięcy pracowników. Badania przeprowadziła firma Arleg S.A. z Legnicy w ramach realizacji Raportu 2C, w: *Ocena wpływu zidentyfikowanych trendów rozwojowych na sytuację sektora turystyki na Dolnym Śląsku, ze szczególnym uwzględnieniem spodziewanych zmian na rynku pracy*, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław 2010.

szczególnie istotne w kontekście tworzącego się modelu rozwoju turystyki na Dolnym Śląsku, opartego na subregionach turystycznych¹¹.

Postulowane jest zatem dokonanie pilnych działań w sferze rozwoju kadr turystycznych na Dolnym Śląsku poprzez rzeczywiste implementowanie do regionalnej gospodarki turystycznej wszystkich typów zdiagnozowanych rekomendacji i postulatów wskazanych w raportach z projektu *Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście EURO 2012* oraz wdrożenie strategicznych celów dotyczących rozwoju kapitału ludzkiego w przemyśle turystycznym w regionie, a wskazanych w dokumencie *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego*.

**DEMAND AND SUPPLY FOR TOURIST PERSONNEL FOR THE 2012 UEFA
EUROPEAN FOOTBALL CHAMPIONSHIP AS AN ELEMENT OF
INCREASING SECTOR OF TOURISM' PROFITABILITY IN LOWER
SILESIA**

Summary

The paper presents the diagnosis' results of condition of tourist staff development in Lower Silesia as regards system of education and demand and supply with reference to personnel of the whole tourist economy. As well, the existing correlations were pointed out between organization of mega events such, as the 2012 UEFA European Football Championship, and directions for human capital development, also as regards the area of effectiveness of tourist sector development. Authors of the paper provide authors' recommendations for tourist personnel development in Lower Silesia.

Translated by Izabela Gruszka

¹¹ Fedyk W., Dołęga A., *Subregionalne, sieciowe produkty turystyczne Dolnego Śląska*, [w]: *Rola turystyki w gospodarce regionu, vol. II Usługi turystyczne jako podstawa gospodarki turystycznej*, red. J. Marak, J. Wyrzykowski, Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, Wrocław 2009.