

Raport na temat stanu sektora turystycznego

Na podstawie badań fokusowych oraz analizy wyników badań ankietowo-sondażowych przeprowadzonych wśród przedstawicieli branży turystycznej na potrzeby projektu „Nowe wyzwanie na rynku pracy – edukacja dla turystyki postpandemicznej”

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.

(Projekt realizowany przez Zespół pod kierunkiem dr hab. Lucyny Rotter, prof. UPJPII, na Wydziale Historii i Dziedzictwa Kulturowego Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie)

Analizowane w tym materiale badania stanowiły jedną z kilku metod zastosowanych w tytułowym projekcie. Ich zasadniczym celem było zdiagnozowanie oczekiwań i opinii szeroko pojętej branży turystycznej w stosunku do procesu kształcenia specjalistów z zakresu turystyki oraz branżowego rynku pracy. W szczególności chodziło o zebranie opinii na temat tej części procesu edukacyjnego i obszarów kształcenia, która dotyczy studiów podyplomowych oraz skonfrontowanie ich z potrzebami w zakresie rozwoju turystyki w układach regionalnych i lokalnych oraz prowadzonej na tym szczeblu polityki turystycznej. Badania polegały na wypełnieniu przez respondentów, rekrutujących się z różnych podsektorów branży turystycznej, specjalnie opracowanego kwestionariusza dotyczącego działalności ich firm, dotychczasowych doświadczeń oraz opinii na temat różnych aspektów funkcjonowania zarówno rynku turystycznego, jak i rynku edukacyjnego w tej branży, jak również potrzeb ich firm w tym zakresie. W dalszej części materiału przedstawiono wyniki badań, w części

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

prezentując je w tekście głównym, a w części – głównie postaci mniej istotnych tabel – w załączniku.

Charakterystyka respondentów

W badaniach uczestniczyło w sumie 300 osób reprezentujących różne sektory rynku turystycznego. Dominowali wśród nich właściciele oraz menedżerowie firm. Wśród respondentów było 161 kobiet (53,7%) oraz 136 mężczyzn (45,3%), w przypadku 3 kwestionariuszy nie podano płci. Największa część badanych (70%) legitymowała się wykształceniem wyższym (70%). Około 22% respondentów posiadało wykształcenie średnie, natomiast osoby z niższym poziomem wykształcenia stanowiły niecały procent badanych (w tym wykształcenie zasadnicze zawodowe posiadało 12 osób, a zasadnicze techniczne – 7, gimnazjalne i podstawowe – po jednej osobie, a w przypadku 3 kwestionariuszy nie podano wykształcenia). Wśród badanych znalazło się 3 respondentów, którzy deklarowali że są osobami wymagającymi specjalnych potrzeb

Biorąc pod uwagę fakt, że rynek turystyczny cechuje wielką różnorodność prowadzonej działalności zarówno jeśli chodzi o rodzaje oferowanych usług, jak i modeli biznesowych, badania przeprowadzono wśród respondentów reprezentujących różne sektory działalności turystycznej – od atrakcji turystycznych, poprzez sektory bazy noclegowej i transportu turystycznego, różne typy biur i agencji turystycznych, a na przewodnictwie turystycznym kończąc. Liczbę oraz odsetki osób reprezentujących poszczególne sektory branży turystycznej oraz świadczone przez nich usługi przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Reprezentowany segment branży turystycznej

(Pytanie: „Przedsiębiorstwo jakiego segmentu branży turystycznej Pan(i) reprezentuje?”)

L.p.	Segment branży turystycznej	N	%
1.	Usługi noclegowe	46	15,1
2	Atrakcja turystyczna	16	5,2
3	Agent turystyczny	60	19,8
4	Firma eventowa	13	4,2
5	Usługi przewodnickie	78	25,7
6	Organizator kongresów/konferencji	12	3,9
7	Biuro turystyki przyjazdowej	20	6,6
8	Przewoźnik	38	12,5

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



9	Biuro turystyki wyjazdowej	15	4,9
10	Touroperator/Organizator i pośrednik turystyki	2	0,6
	SUMA:	300	100,00*)

*) Faktyczna wartość procentowa sumacji wyniosła nie dokładnie 100,00, ale 99,01, z uwagi na fakt, że dane w tabeli zostały zaokrąglone do jednego miejsca po przecinku.

Respondenci biorący udział w badaniach rekrutowali się z firm turystycznych o bardzo zróżnicowanej wielkości, zarówno biorąc pod uwagę skalę działalności, jak i wielkość zatrudnienia. Zdecydowana większość badanych reprezentowała firmy małe, w tym aż 153 badanych, a więc nieco więcej niż połowę (51,67%) respondentów, reprezentowało firmy jednoosobowe. Skala rozpiętości wielkości zatrudnienia była bardzo duża i wahała się od 1 do 300 osób, przy czym tę ostatnią kategorię reprezentowała w badaniach tylko jedna osoba. Jedna trzecia badanych (102 osoby - 34%) przypadła na firmy liczące od 2 do 10 osób. Szczegółowe informacje na ten temat wielkości zatrudnienia w firmach reprezentowanych przez badanych przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Wielkość firmy – według liczby zatrudnionych w momencie badań
(Pytanie: „Proszę wskazać liczbę zatrudnionych osób (wliczając zatrudnionych właścicieli)”)

Liczba osób zatrudnionych w firmie	N	%
1	153	51,00%
2	35	11,67%
3	21	7,00%
4	13	4,33%
5	12	4,00%
6	6	2,00%
7	3	1,00%
8	4	1,33%
9	3	1,00%
10	5	1,67%
11	2	0,67%
12	8	2,67%

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



13	2	0,67%
14	1	0,33%
15	3	1,00%
16	2	0,67%
17	1	0,33%
18	2	0,67%
19	1	0,33%
20	3	1,00%
21	1	0,33%
22	0	0,00%
23	1	0,33%
24	1	0,33%
25	0	0,00%
26	3	1,00%
27	0	0,00%
28	2	0,67%
29	0	0,00%
30	1	0,33%
31	0	0,00%
32	2	0,67%
33	0	0,00%
34	1	0,33%
35	0	0,00%
36	0	0,00%
37	1	0,33%
38	0	0,00%
39	0	0,00%
40	0	0,00%
41	0	0,00%
42	1	0,33%
43	0	0,00%
44	0	0,00%

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

45	0	0,00%
46	2	0,67%
47	0	0,00%
48	0	0,00%
49	0	0,00%
50	0	0,00%
...	...	
54	1	0,33%
95	1	0,33%
110	1	0,33%
300	1	0,33%
SUMA:	300	100,00%

Ważnym aspektem badań była kwestia wpływu sytuacji pandemicznej na wielkość zatrudnienia. Dlatego też zapytano respondentów o to ile osób zatrudniały ich firmy w latach 2019 oraz 2011, starając się uchwycić zmiany w zatrudnieniu oraz określić czy więcej firm zredukowało zatrudnienie czy występowała w nich sytuacja odwrotna. Szczegółowe wyniki badań w tym ich aspekcie zawiera tabela 3.

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwania na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

Tabela 3. Zmiany w zatrudnieniu w związku z pandemią COVID-19 w latach 2019-2021

(Dwa pytania: „Jaki był poziom zatrudnienia w Państwa firmie w 2019 roku oraz „Jaki był poziom zatrudnienia w Państwa firmie w 2021 roku?)

Liczba osób zatrudnionych w firmie	Rok 2019		Rok 2021		Różnica (liczba firm, które zwiększyły lub zmniejszyły zatrudnienie w analizowanym okresie)
	N	%	N	%	
1	149	49,67%	155	51,67%	+6
2	31	10,33%	47	15,67%	+16
3	20	6,67%	20	6,67%	0
4	13	4,33%	13	4,33%	0
5	13	4,33%	7	2,33%	-6
6	3	1,00%	7	2,33%	-4
7	5	1,67%	2	0,67%	-3
8	1	0,33%	3	1,00%	+2
9	1	0,33%	1	0,33%	0
10	6	2,00%	5	1,67%	-1
11	1	0,33%	3	1,00%	-2
12	8	2,67%	5	1,67%	-3
13	1	0,33%	2	0,67%	-1
14	1	0,33%	1	0,33%	0
15	2	0,67%	3	1,00%	-1
16	3	1,00%	0	0,00%	-3
17	0	0,00%	0	0,00%	-
18	1	0,33%	1	0,33%	0
19	1	0,33%	1	0,33%	0
20	2	0,67%	1	0,33%	-1
21	0	0,00%	1	0,33%	+1
22	1	0,33%	0	0,00%	-1
23	3	1,00%	0	0,00%	-3
24	1	0,33%	0	0,00%	-1

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

25	2	0,67%	3	1,00%	+1
26	1	0,33%	1	0,33%	0
27	0	0,00%	0	0,00%	-
28	0	0,00%	0	0,00%	-
29	0	0,00%	0	0,00%	-
30	1	0,33%	1	0,33%	0
31	0	0,00%	0	0,00%	-
32	1	0,33%	1	0,33%	0
33	3	1,00%	1	0,33%	-2
34	1	0,33%	0	0,00%	-1
35	2	0,67%	0	0,00%	-2
36	1	0,33%	0	0,00%	-1
37	0	0,00%	0	0,00%	-
38	0	0,00%	0	0,00%	-
39	0	0,00%	1	0,33%	-1
40	1	0,33%	1	0,33%	0
41	0	0,00%	0	0,00%	-
42	1	0,33%	0	0,00%	-1
43	0	0,00%	0	0,00%	-
44	0	0,00%	0	0,00%	-
45	0	0,00%	0	0,00%	-
46	0	0,00%	0	0,00%	-
47	0	0,00%	0	0,00%	-
48	0	0,00%	0	0,00%	-
49	1	0,33%	0	0,00%	-1
50	0	0,00%	0	0,00%	-
51	0	0,00%	0	0,00%	-
52	0	0,00%	0	0,00%	-
53	0	0,00%	1	0,33%	+1
54	0	0,00%	0	0,00%	-
55	2	0,67%	0	0,00%	-2
56	0	0,00%	0	0,00%	-

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

57	0	0,00%	0	0,00%	-
58	0	0,00%	0	0,00%	-
...		0,00%		0,00%	
95	1	0,33%	1	0,33%	0
125	1	0,33%	1	0,33%	0
400	1	0,33%	1	0,33%	0
0 - nie działaliśmy	1	0,33%	1	0,33%	0
-	1	0,33%	1	0,33%	0
0	11	3,67%	7	2,33%	-4
SUMA:	300	100,00%	300	100,00%	229 firm – bez zmian zatrudnienia 44 firmy – zmniejszyły zatrudnienie 27 firm – zwiększyło zatrudnienie

Badania wykazały, że w okresie pandemii COVID-19, zdecydowana większość badanych firm, bo aż 229 (76%) zdołała zachować miejsca pracy, nie dokonując żadnych zmian w wielkości zatrudnienia. Niecałe 15% badanych stwierdziło, że ich firmy musiały je jednak zredukować, podczas, gdy 9% podało, że zatrudnienie w ich firmach w analizowanym okresie wzrosło.

Respondentów pytano również jak na działalność ich firmy wpłynęła wojna na Ukrainie. Zgodnie z oczekiwaniami respondenci stwierdzili, że wojna ta miała (i ma) bardzo duży negatywny wpływ na działalność ich firm. Ponad 2/3 badanych (66,3%) stwierdziło, że wpływ ten był bardzo negatywny lub negatywny. Około 28% uznało, że konflikt ten dla ich firm nie miał dużego znaczenia i był obojętny. Opinie o pozytywnym wpływie zadeklarowało 4% badanych, a 3 osoby nie udzieliły w tej kwestii odpowiedzi.

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



Tabela 4. Wpływ wojny na Ukrainie na funkcjonowanie badanych firm
(Pytanie: „Jaki wpływ na państwa dzielność ma wojna w Ukrainie?”)

Opinie respondentów	N	%
• bardzo negatywny	96	32,00%
• negatywny	103	34,33%
• obojętny	86	28,67%
• pozytywny	8	2,67%
• bardzo pozytywny	4	1,33%
• brak odpowiedzi	3	1,00%
SUMA:	300	100,00%

Z uwagi na podstawowy cel badań i całego projektu interesowano się relacjami zachodzącymi pomiędzy rynkiem pracy a rynkiem edukacyjnym. Przejawem tego było zapytanie respondentów o to czy zatrudniają oni absolwentów szkół pomaturalnych oraz Uczelni wyższych oraz prośba o wyrażenie opinii na temat wybranych aspektów kształcenia i kompetencji, jakie powinni mieć absolwenci poszczególnych typów szkół.

Najpierw zapytano ich o to czy w ciągu ostatnich 2 lat ich firmy zatrudniły absolwentów szkół pomaturalnych/uczelni wyższych o profilu turystycznym. Okazało się, że zaledwie 48 respondentów (16%) w dwóch ostatnich latach poprzedzających badania zatrudniało nowych pracowników/absolwentów wskazanych wyżej szkół, podczas gdy pozostali stwierdzili, że nic takiego w ich firmach nie miało miejsca.

Tabela 4. Opinie na temat możliwości/łatwości pozyskiwania nowych pracowników w branży turystycznej

(pytanie: „ Jak oceniacie Państwo łatwość pozyskania nowych pracowników w branży?”)

Opinie respondentów	N	%
• bardzo negatywny	163	54,33%
• negatywny	71	23,67%
• obojętny	57	19,00%
• pozytywny	4	1,33%
• bardzo pozytywny	2	0,67%
• brak odpowiedzi	3	1,00%

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



SUMA:	300	100,00%
-------	-----	---------

Deklaracje respondentów dotyczące zatrudniania absolwentów wskazujące na to, że tylko niewielka część z nich pozyskała ich na potrzeby firmy w ciągu ostatnich dwóch lat, znajdują odzwierciedlenie w ich opiniach na temat możliwości pozyskania odpowiednich pracowników. Ponad $\frac{3}{4}$ z nich (78%) zadeklarowało negatywne opinie na ten temat, a przeciwne zdanie na ten temat miało jedynie 2% badanych.

W świetle informacji zawartych w dwóch powyższych tabelach, tym bardziej interesujące wydają się opinie na temat pożądaných przez pracodawców kwalifikacji, które powinni posiadać młodzi potencjalni pracownicy. W tym celu respondentom przedstawiono pewien zestaw umiejętności, kwalifikacji i cech pracowniczych, prosząc aby określili jakie znaczenie mają dla nich wskazane umiejętności i kompetencje. Respondenci odpowiadali w skali 1-5, gdzie 1-oznaczało, że dana zmienna nie ma w ogóle znaczenia, natomiast 5 – że ma bardzo istotne znaczenie. Uzyskane odpowiedzi przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Opinie badanych na temat znaczenia wybranych umiejętności i kompetencji pracowników

(Proszę ocenić poniższe stwierdzenia w skali od 1 do 5)

1 Nie ma w ogóle znaczenia		2 Raczej nie ma znaczenia		3 obojętny		4 Ma istotne znaczenie		5 Ma bardzo istotne znaczenie		Brak odpowiedzi		Suma	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
w zakresie znajomości języków obcych													
22	7,33	21	7,00	22	7,33	103	34,33	129	43,00	3	1,00	300	100,00
w zakresie obsługi programów komputerowych do obsługi klientów													
39	13,00	22	7,33	34	11,33	95	31,67	107	35,67	3	1,00	300	100,00

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



w zakresie odpowiedzialności													
1	0,33	3	1,00	10	3,33	99	30,00	193	64,33	3	1,00	300	100,00
w zakresie odporności na stres													
1	0,33	5	1,67	11	3,67	110	36,67	170	56,67	3	1,00	300	100,00
w zakresie uczenia się													
9	3,00	13	4,33	20	6,67	109	36,33	146	48,67	3	1,00	300	100,00
w zakresie wiedzy dot. historii i tradycji Polski, historii sztuki, geografii, dziedzictwa kulturowego													
70	23,33	38	12,67	53	17,67	52	17,33	84	28,00	3	1,00	300	100,00
w zakresie umiejętności zarządzania													
25	8,33	35	11,67	81	27,00	104	34,67	52	17,33	3	1,00	300	100,00
w zakresie wiedzy ekonomicznej													
15	5,00	34	11,33	68	22,67	118	39,33	62	20,67	3	1,00	300	100,00
w zakresie kreatywności													
8	2,67	18	6,00	38	12,67	85	28,33	148	49,33	3	1,00	300	100,00
w zakresie marketingu i sprzedaży													
7	2,33	20	6,67	46	15,33	94	31,33	130	43,33	3	1,00	300	100,00
w zakresie elastyczności													
1	0,33	9	3,00	42	14,00	75	25,00	170	56,67	3	1,00	300	100,00
w zakresie obsługi cyfrowych programów rezerwacyjnych													
32	10,67	30	10,00	45	15,00	92	30,67	98	32,67	3	1,00	300	100,00
komunikacji interpersonalnej													
0	0,00	5	1,67	12	4,00	71	23,67	209	69,67	3	1,00	300	100,00
w zakresie umiejętności organizacji pracy													
4	1,33	7	2,33	14	4,67	141	47,00	131	43,67	3	1,00	300	100,00

Z informacji przedstawionych w tabeli wyłania się obraz pracowników, którzy są w branży turystycznej szczególnie pożądanymi. Wśród umiejętności, kompetencji i pewnych predyspozycji do pracy w sektorze usług turystycznych duże znaczenie badani przypisują zarówno wiedzy i umiejętnościom, które pracownicy mogą przyswoić w wyniku szeroko pojętej edukacji (wraz z elementami praktycznej nauki zawodu), jak pewnym

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwania na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

osobistym cechom, które można w sobie rozwijać zarówno na drodze edukacji formalnej jak i nieformalnej.

Analizując dane zawarte w tabeli warto zauważyć, że cechy takie jak odpowiedzialność, elastyczność czy odporność na stres najczęściej uznawano za bardzo istotne lub istotne w pracy, niezależnie od sektora/segmentu rynku turystycznego. W każdym z tych przypadków większość badanych uznawała te czynniki za bardzo istotne lub istotne, a odsetki wskazań takich wskazań wynosiły 80%, a nawet ponad 90%. Za cenną cechę uznano kreatywność, która - będąc blisko związaną z szeroko pojętą innowacyjnością - oceniana jest jako jedna z najbardziej pożądanых cech w biznesie, na którą w procesach edukacyjnych powinno się kłaść szczególnie duży nacisk.

W branży turystycznej bardzo ważną kompetencją jest dobra znajomość języków obcych. Na to, że czynnik ten ma bardzo duże i duże znaczenie wskazało w sumie ponad 77% badanych. Warto zauważyć, że jest to wartość niższa niż wiele innych analizowanych w badaniach, co może mieć związek z tym że znajomość języków obcych jest często taktowana jako podstawowa i niezbędna cecha pracowników w branży turystycznej, która wydaje się na tyle oczywista, że w procesach rekrutacyjnych przywiązuje się do niej dzisiaj już mniejszą wagę niż jeszcze do niedawna.

Badania wykazały, że polscy przedsiębiorcy turystyczni przywiązują dużą wagę do wiedzy swoich pracowników w zakresie ekonomii oraz umiejętnościom w zakresie zarządzania, przy czym nieco większe znaczenie przypisują tej pierwszej kategorii – w sumie ponad 60% wskazań (przy czym duże znaczenie – to 33,33% wskazań a bardzo duże – to 20,67%). Umiejętnościom w zakresie zarządzania przypisano nieco mniejsze znaczenia (odpowiednio: 34,67% i 17,33%). Warto przy tym zauważyć, że „umiejętnościom i kompetencjom w zakresie marketingu i sprzedaży” – które zostały wyodrębnione w badaniach niezależnie od wiedzy ekonomicznej i umiejętności z zakresu zarządzania – przypisano większe znaczenie: bardzo istotne – 43%: istotne - 31,33%. Warto przy tym również odnotować, że ogólnie przedsiębiorcy przypisują bardzo duże znaczenie dla czynnika „umiejętności i kompetencje w zakresie uczenia się”, który za bardzo istotny uznało aż 85% respondentów (w tym za bardzo istotny – 48,67%, a za istotny – 36,33%).

Badania wykazały, że respondenci doceniają znaczenie nowoczesnych technologii w branży turystycznej, w tym zwłaszcza technologii informatycznych i różnych programów komputerowych, których znajomość często jest w tej branży niezbędna. Świadczy o tym fakt, że ponad 2/3 badanych (67%) znajomości programów komputerowych związanych z bezpośrednią obsługą klientów przypisało bardzo duże i

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

duże znaczenie, a w przypadku obsługi cyfrowych programów rezerwacyjnych odsetek ten był niewiele niższy (prawie 64%). W tym kontekście warto dodać, że respondentów zapytano czy zamierzają oni wprowadzić w swoich firmach procesy automatyzujące pracę aktualnie wykonywaną przez pracowników. Okazało się, że aż 138 badanych (tj. 46%) planuje podjąć takie działania.

Bardzo ważnym elementem zarówno polityki kadrowej jak i ogólnego funkcjonowania firm turystycznych jest doskonalenie kar. W badaniach interesowano się tą problematyką, a respondentom zadano pytanie czy pracownicy ich firm w ciągu w ciągu ostatnich 2 lat uczestniczyli i ukończyli jakieś kursy lub szkolenia zdobywając dodatkowe kwalifikacje. W tej części badań istniała możliwość wielokrotnego wyboru z zestawu podanych kursów, jak również dopisanie niewymienionych.

W kwestionariuszu wskazano 17 najbardziej popularnych i najczęściej organizowanych kursów i szkoleń, które podano poniżej:

Najczęściej pracownicy badanych firm uczestniczyli w kursach z zakresu obsługi klienta, obsługi programów rezerwacyjnych oraz marketingu i sprzedaży zarówno w wersji tradycyjnej jak i online. Z uwagi na to, że respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź zdecydowano, że pełna lista zawierająca odpowiedzi wszystkich ankietowanych zostanie umieszczona jako załącznik do tego materiału.

Respondentów zapytano o źródła finansowania uczestnictwa w kursach i szkoleniach pracowniczych (*"Jaki był rodzaj finansowania w/w kursów?"*). Okazało się, że w zdecydowanej większości były to kursy organizowane bezpłatnie (254 wskazań). Ponadto w 94 przypadkach wskazano szkolenia finansowane z własnych środków przedsiębiorstwa, a w 33 – miało miejsce tzw. finansowanie zewnętrzne.

Tabela 6. Kursu w których uczestniczyli pracownicy firm respondentów
(można było wskazać więcej niż jedna odpowiedź)

Rodzaj kursu	N	%
Obsługa programów rezerwacyjnych	125	41,7%
obsługa klienta rezydentów	103	34,3%
rezydentów	21	7,0%
wychowawców kolonijnych	13	4,3%

S

animatorów czasu wolnego	24	8,0%
instruktorów sportów całorocznych	11	3,7%
kurs kucharza	1	0,3%
kurs baristy	1	0,3%
Instruktora sportów zimowych	11	3,7%
kurs walutowy	0	0,0%
kurs pedagogiczny	0	0,0%
kurs kasjera lotniczego i sprzedaży biletów lotniczych	4	1,3%
obsługa programów gastronomicznych	125	41,7%
kurs kelnerski	1	0,3%
kurs managerski, zarządzania	9	3,0%
marketing i sprzedaż	18	6,0%
marketing i sprzedaż on line	142	47,3%

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

Najczęściej pracownicy badanych firm uczestniczyli w kursach marketingu i sprzedaży online, których dotyczyło aż 47,3% wskazań (kursy dotyczące marketingu i sprzedaży organizowano w 6% badanych firm). Bardzo dużą popularnością cieszyły się też kursy z zakresu, obsługi programów rezerwacyjnych oraz obsługi programów gastronomicznych (po 41,7%) oraz obsługi klienta 34,3%). Z uwagi na to, że respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź zdecydowano, że pełna lista zawierająca odpowiedzi wszystkich ankietowanych (uwzględniająca tę kwestię, czyli pokazująca firmy, które organizowały po kilka kursów) zostanie umieszczona jako załącznik do tego materiału.

Respondentów zapytano o źródła finansowania uczestnictwa w kursach i szkoleniach pracowniczych (*"Jaki był rodzaj finansowania w/w kursów?"*). Okazało się, że w zdecydowanej większości były to kursy organizowane bezpłatnie (254 wskazań). Ponadto w 94 przypadkach wskazano szkolenia finansowane z własnych środków przedsiębiorstwa, a w 33 – miało miejsce tzw. finansowanie zewnętrzne.

Załącznik nr 1.

Wykaz kursów i szkoleń, w których uczestniczyli pracownicy firm i instytucji reprezentowanych w badaniach

(w tabeli znajdują się odpowiedzi respondentów – kategoria „nie” oznacza, że w firmie danego respondenta w ciągu ostatnich dwóch lat nikt nie uczestniczył w szkoleniach i kursach podnoszących kwalifikacje pracownicze)

Obsługa programów rezerwacyjnych;	
marketing i sprzedaż on line;	
kurs kasjera lotniczego i sprzedaży biletów lotniczych;kurs managerski, zarządzania;	
żadne z powyższych;	
kurs kelnerski;	
marketing i sprzedaż on line;	
marketing i sprzedaż on line;Obsługa programów rezerwacyjnych;	
RODO;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



Obsługa programów rezerwacyjnych;	
inne;	
żadne;	
marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;rezydentów;instruktorów sportów całorocznych;Instruktora sportów zimowych;	
marketing i sprzedaż on line;	
nie;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;kurs kasjera lotniczego i sprzedaży biletów lotniczych;	
nie;	
obsługa klienta;	
nie;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa programów gastronomicznych;obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
nie;	
nie;	
marketing i sprzedaż on line;obsługa klienta;Obsługa programów rezerwacyjnych;	
-;	
marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;	
marketing i sprzedaż on line;	
obsługa klienta;	
Nie;	
obsługa klienta;	
żaden;	
nie;	
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
brak;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
nie;	
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	
brak kursów;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
marketing i sprzedaż on line;	
Nie;	
marketing i sprzedaż;	
obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
rezydentów;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
obsługa klienta;	
obsługa klienta;	
brak;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
-;	
nie było;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;	

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
brak;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Żaden ;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
obsługa klienta;
marketing i sprzedaż;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
marketing i sprzedaż;
obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
obsługa klienta;
obsługa klienta;
animatorów czasu wolnego;
marketing i sprzedaż;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;kurs managerski, zarządzania;marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
nic;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;rezydentów;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;Instruktora sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;kurs kasjera lotniczego i sprzedaży biletów lotniczych;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
rezydentów;wychowawców kolonijnych;Obsługa programów rezerwacyjnych;Instruktora sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
wychowawców kolonijnych;Instruktora sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;rezydentów;Instruktora sportów zimowych;kurs kasjera lotniczego i sprzedaży biletów lotniczych;marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;rezydentów;wychowawców kolonijnych;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;kurs managerski, zarządzania;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;kurs managerski, zarządzania;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;rezydentów;marketing i sprzedaż;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;wychowawców kolonijnych;kurs managerski, zarządzania;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
obsługa klienta;Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;Obsługa programów rezerwacyjnych;
Nie ;
rezydentów;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;rezydentów;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż;marketing i sprzedaż on line;
Żaden z powyższych ;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
rezydentów;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;rezydentów;wychowawców kolonijnych;animatorów czasu wolnego;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;marketing i sprzedaż;
rezydentów;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
żaden z powyższych;	
obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	
rezydentów;wychowawców kolonijnych;animatorów czasu wolnego;marketing i sprzedaż on line;	
marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;rezydentów;wychowawców kolonijnych;animatorów czasu wolnego;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;rezydentów;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
animatorów czasu wolnego;	
obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
obsługa klienta;	
obsługa klienta;	
obsługa klienta;	
obsługa klienta;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;	
marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;	
obsługa klienta;rezydentów;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;	
Obsługa programów rezerwacyjnych;	
obsługa klienta;	
obsługa klienta;	

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

animatorów czasu wolnego;
animatorów czasu wolnego;
obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
instruktorów sportów całorocznych;animatorów czasu wolnego;
Nie uczestniczą w kursach;
Nie;
obsługa klienta;
marketing i sprzedaż;
marketing i sprzedaż;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;
rezydentów;wychowawców kolonijnych;
Instruktor sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
Instruktor sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
Nic z tych;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
obsługa klienta;
obsługa klienta;

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

animatorów czasu wolnego;
wychowawców kolonijnych;
obsługa klienta;
marketing i sprzedaż;
kurs baristy;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
nic;
rezydentów;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;rezydentów;obsługa klienta;instruktorów sportów całorocznych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
animatorów czasu wolnego;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;obsługa klienta;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;Obsługa programów rezerwacyjnych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Instruktor sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
wychowawców kolonijnych;obsługa klienta;Instruktora sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwania na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

marketing i sprzedaż on line;
animatorów czasu wolnego;
marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;
marketing i sprzedaż;
rezydentów;
marketing i sprzedaż;
marketing i sprzedaż;
obsługa klienta;
instruktorów sportów całorocznych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
obsługa klienta;
animatorów czasu wolnego;
obsługa klienta;kurs managerski, zarządzania;marketing i sprzedaż;animatorów czasu wolnego;
obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
zadnych;
Obsługa programów rezerwacyjnych;
marketing i sprzedaż on line;
żaden;
Obsługa programów rezerwacyjnych;marketing i sprzedaż on line;
Obsługa programów rezerwacyjnych;wychowawców kolonijnych;Instruktora sportów zimowych;marketing i sprzedaż on line;
instruktorów sportów całorocznych;animatorów czasu wolnego;
Obsługa programów rezerwacyjnych;rezydentów;marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta;marketing i sprzedaż;
animatorów czasu wolnego;
obsługa klienta;
animatorów czasu wolnego;kurs managerski, zarządzania;
obsługa klienta;
Obsługa programów rezerwacyjnych;animatorów czasu wolnego;
marketing i sprzedaż on line;

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwanie na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism

instruktorów sportów całorocznych; animatorów czasu wolnego;
instruktorów sportów całorocznych; Instruktora sportów zimowych; animatorów czasu wolnego; marketing i sprzedaż; kurs managerski, zarządzania;
marketing i sprzedaż; kurs managerski, zarządzania; marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line; marketing i sprzedaż;
marketing i sprzedaż on line; marketing i sprzedaż;
marketing i sprzedaż on line;
animatorów czasu wolnego; marketing i sprzedaż;
animatorów czasu wolnego; wychowawców kolonijnych; instruktorów sportów całorocznych; marketing i sprzedaż; marketing i sprzedaż on line;
marketing i sprzedaż on line;
obsługa klienta; animatorów czasu wolnego;
animatorów czasu wolnego; instruktorów sportów całorocznych; wychowawców kolonijnych; marketing i sprzedaż on line;
instruktorów sportów całorocznych;
animatorów czasu wolnego; instruktorów sportów całorocznych; kurs kucharza;

Opracowanie raportu dr hab. Wiesław Alejziak, prof. AWF

S



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Projekt pn. „Nowe wyzwania na rynku pracy- edukacja dla turystyki postpandemicznej” (nr projektu: EOG/21/K3/W/0044) korzysta z dofinansowania w wysokości 95 725 EUR, z czego 81 366,25 EUR pochodzi od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EOG na lata 2014-2021, a 14 358,75 EUR z budżetu Państwa. Projekt realizowany w ramach Programu Edukacja, Komponent III.



Polska Izba Turystyki
Polish Chamber of Tourism