



REKOMENDACJA¹ NR 7/2019²

RADY DS. KOMPETENCJI W SEKTORZE TURYSTYKA

1. Rekomendacja została wydana uchwałą rady nr 7 z dnia 04.06.2019 r.
2. Analiza stanu sektora z punktu widzenia potrzeb kompetencyjnych, w tym szczegółowe uzasadnienie dotyczące przedstawionych rekomendacji w pkt. 3.

Analizując i oceniając potrzeby kompetencyjne w szczególności wzięto pod uwagę:

A) Kluczowe ustalenia analizy desk research obejmującej obszar technologii i innowacji, jako istotnych czynników rozwoju cywilizacyjnego.

- Fakt, że głównym tematem wspólnego szczytu UNWTO i WTM (World Travel Market), który odbył się 7 listopada 2018 r. w Madrycie był temat inwestycji w innowacyjne technologie. Lio Chen, dyrektor zarządzający Centrum Innowacji Travel & Hospitality w firmie venture capital Plug and Play, wezwał podczas szczytu większe firmy technologiczne do nawiązania współpracy z sektorem i wspierania innowacji.

¹ Pierwsza wersja wzoru rekomendacji. Dopuszcza się możliwość zmiany wzoru rekomendacji na dalszym etapie funkcjonowania Sektorowych Rad ds. Kompetencji.

² Numer rekomendacji wydanej przez Sektorową Radę ds. Kompetencji/ rok jej wydania.

Ponadto UNWTO koncentruje się obecnie na strategii dotyczącej innowacji i transformacji cyfrowej poprzez powołanie Tourism Tech Adventure Forums³. Turystyka była jednym z pierwszych sektorów, które dokonały digitalizacji procesów biznesowych w skali globalnej, dzięki czemu rezerwacja lotów i hoteli online stała się rynkiem przede wszystkim cyfrowym. W miarę jak technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT) stały się zjawiskiem globalnym, turystyka szybko została adaptatorem nowych technologii i platform.

- Rosnące zainteresowanie branży nowymi technologiami w turystyce tj. m. in.
 - a) systemami teleinformatycznymi i automatyką hotelu odpowiedzialną za monitorowanie i optymalizację działań (zasilanie awaryjne, system przeciwpożarowy, system alarmowy i monitoring, system kontroli dostępu, ogrzewanie i klimatyzacja, oświetlenie),
 - b) zintegrowanymi systemami do zarządzania wieloma obiektami noclegowymi,
 - c) ochroną informacji i zasobów,
 - d) wykorzystaniem technologii mobilnych w zarządzaniu i marketingu,
 - e) wykorzystaniem aplikacji rezerwacyjnych,
 - f) social media i big data,
 - g) budową i obsługą podstawowych stron internetowych sprawa, że wiele podmiotów funkcjonujących w branży określa swoją działalność, jako działalność technologiczną.
- Upowszechnienie internetowych kanałów dystrybucji przyczyniło się do rewolucji w branży turystycznej. Obecnie technologie komunikacyjne i informatyczne (ICT), w tym liczne systemy rezerwacyjne, wirtualne podróże, serwisy, na których turysta pozostawia opinię po swojej podróży, są powszechnie dostępne zarówno dla organizatorów turystyki, jak i turystów. Nowoczesne technologie są wszechstronnie użyteczne i stają się głównym czynnikiem wpływającym na funkcjonowanie sektora turystyki. Dostarczają zupełnie nowych

³ <http://innovation.unwto.org/content/tourism-tech-adventure-forums> [dostęp dnia 04.06.2019r.]

narzędzi producentom usług, pozwalając na usprawnianie wszelkich procesów oraz tworzenie atrakcyjniejszych ofert dla klientów. Turyści korzystający z portali turystycznych zyskali nieograniczony dostęp do informacji oraz możliwość samodzielnego komponowania elementów pakietu turystycznego i jego zakupu drogą elektroniczną, bez potrzeby wychodzenia z domu. Technologie informatyczne i komunikacyjne są obecnie jednymi z najważniejszych czynników, które kształtują sposoby dystrybucji usług, przepływu danych oraz wymianę informacji [Żeleń, Nizioł 2017]⁴.

- Rozwój technologii blockchain sprawia, że rynek usług turystycznych czekać mogą rewolucyjne zmiany, co zauważyły już wybranej krajowe organizacje turystyczne. Dubai's Department of Tourism and Commerce Marketing (DTCM) uruchomił Tourism 2.0 tj. rynek oparty na blockchain, który łączy potencjalnych nabywców bezpośrednio z hotelami i organizatorami wycieczek pomijając całkowicie pośredników⁵.

B) Kluczowe ustalenia analizy desk research w zakresie współczesnych wymogów podnoszenia kompetencji kadr menadżerskich niezbędnych do rozwoju organizacji (w tym na rynku turystycznym).

- Dynamiczne, globalne otoczenie (procesy integracyjne i globalizacyjne, w tym umiędzynarodawianie się przedsiębiorstw) powoduje wzrost oczekiwań wobec kompetencji menedżerskich. Role menedżerskie stają się coraz bardziej aktywne i kreatywne. Wzrastająca złożoność konkurencyjnego rynku oraz złożoność rozwiązań strukturalnych współczesnych organizacji, pojawienie się nowych teorii i metod zarządzania, a także rozwój informatyzacji procesów pracy determinują proces przewartościowania roli kadry menedżerskiej we współczesnych organizacjach (współczesny model menadżera wymaga zmian w zbiorze kompetencji, będących odpowiedzią na wyzwania teraźniejszości oraz przyszłości).
- Współcześnie coraz większe znaczenie zyskują kompetencje menadżera wynikające z koncentracji na wiedzy oraz kreatywności (zarządzanie wiedzą własną oraz pracowników – m.in. dbanie o szeroko rozumiany rozwój własny, pobudzanie pracowników do

⁴ http://soep.ue.poznan.pl/New_SOEP_site/jdownloads/Wszystkie%20numery/Rok%202017/08_zeglen_nizioł.pdf [dostęp dnia 04.06.2019r.]

⁵ <https://www.arabianbusiness.com/travel-hospitality/394502-dubai-launches-tourism-20-blockchain-marketplace> [dostęp dnia 04.06.2019r.]

kreatywności oraz wypracowywania innowacyjnych rozwiązań), wyzwaniami wynikającymi z pracy w zróżnicowanym kulturowo środowisku, jak również z postępujących procesów cyfryzacji w miejscu pracy (duża część procesów organizacyjnych w coraz większym zakresie będzie toczyła się w przestrzeni organizacji wirtualnych) (por. Opis uniwersalnych kompetencji menadżerskich, PARP 2019)

- Model kompetencji menadżera MSP (PARP 2019) wśród 6 głównych grup kompetencji uwzględnia m.in.: grupę kompetencji w Zakresie orientacji strategicznej (w tym kompetencje dotyczące kształtowania wizerunku i innowacyjności), grupę kompetencji związanych z Zarządzaniem przedsiębiorstwem (w tym m.in. kompetencje związane z zarządzaniem, jakością, zarządzaniem procesami, zarządzaniem wiedzą, zarządzaniem relacjami z klientem) oraz grupę kompetencji w Zakresie komunikacji i wykorzystania informacji (w tym m.in. kompetencje: negocjowanie, prezentacja wyszukiwanie, analiza i wykorzystanie informacji oraz wykorzystanie technologii IT w procesie komunikacji).

Uwzględniając powyższą analizę Rada ds. Kompetencji dla sektora turystyki przejęła następujące ustalenia:

1. Niezbędne jest szkolenie w obszarze „nowe technologie w turystyce” mające na celu podniesienie kompetencji kadr zarządzających zakładami hotelarskimi, a także organizacjami zajmującymi się sprzedażą usług turystycznych, w zakresie trendów rozwoju gospodarki turystycznej (nowe technologie cyfrowe – cyfryzacja, automatyzacja i robotyzacja - obecnie i w najbliższej przyszłości). Nabycie wiedzy oraz umiejętności poprzez studia przypadków dla planowania strategicznego firm turystycznych.
2. Niezbędne jest szkolenie w obszarze „doradztwo turystyczne” mające na celu podniesienie kompetencji kadr firm turystycznych w zakresie podnoszenia i zdobywania nowych kompleksowych kompetencji doradczych dla konsumentów usług turystycznych.

Konkluzja podsumowująca: w związku z powyższym ustalono, że powyższa diagnoza z punktu widzenia potrzeb jest wystarczająca do ustalenia szczegółowej problematyki dla dwóch odrębnych szkoleń.

3. Rekomendacje Rady⁶.

3.1. Lista rekomendacji Rady mających na celu poprawę dopasowania kompetencji do potrzeb sektora (innych niż wskazano w pkt. 3.2).

3.1.1. Rekomendacja NR 7/2019 Rady Ds. Kompetencji w sektorze turystyki, z dnia 04.06.2019.

⁶Należy wskazać cel wydania rekomendacji oraz jej odbiorców.

3.2. Zapotrzebowanie na kompetencje/kwalifikacje w sektorze⁷.

Lp. ⁸	Obszar tematyczny (kompetencje/kwalifikacje) ⁹	Oczekiwany przez przedstawicieli sektora efekt uczenia się ¹⁰ (tj. wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne)	Rekomendowana grupa docelowa podnosząca/zdobywająca nowe kompetencje/kwalifikacje ¹¹	Rekomendowane formy wsparcia ¹²	Szacowany łączny koszt dostarczenia danej kompetencji na potrzeby sektora ⁷	Dodatkowe uwagi ¹³
1.	Nowe technologie w turystyce	P6STH_W2: Najważniejsze trendy rozwojowe w hotelarstwie i turystyce. P6STH_U4 Adaptować metody, technologie i procedury związane z realizacją zadań zawodowych	Kadra zarządzająca zakładami hotelarskimi a także organizacjami zajmującymi się	Szkolenie (16 godzin), doradztwo (8 godzin)	Na terenie całej Polski– Ogólna liczba wszystkich uczestników – minimum	Nie dotyczy.

⁷ Rekomendacje Rady powinny również uwzględniać rekomendacje na poziomie europejskim. W przypadku sektorów przemysłowych rekomendacje powinny wskazywać potrzeby kompetencyjne/kwalifikacyjne dużych przedsiębiorstw.

⁸ Kolejność w tabeli oznacza ważność obszaru tematycznego. Ważność obszaru powinna uwzględniać potrzeby przedstawicieli sektora z punktu widzenia liczby osób potrzebnych o określonych kompetencjach/kwalifikacjach oraz wpływ tych kompetencji/kwalifikacji na rozwój danego sektora.

⁹ Obszar tematyczny rozumiany jako kompetencja/kwalifikacja (rozumiana zgodnie z ZSK), w której powinno odbywać się kształcenie z uwagi na zidentyfikowane, aktualne potrzeby przedsiębiorców sektora, dla której możliwe jest określenie efektów uczenia się (szczegółowo opisanych w następnej kolumnie) możliwych do osiągnięcia poprzez szkolenia lub doradztwo, a w przypadku kwalifikacji – dodatkowo potwierdzonych przez uprawnioną instytucję certyfikującą. Jeden wiersz w tabeli powinien wskazywać jeden obszar tematyczny.

¹⁰ Opis powinien być zgodny z definicjami pojęć zawartych w ustawie o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji. W przypadku gdy opisywany zestaw efektów uczenia się wypełnia wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) i wskazanie poziomu oczekiwanej kwalifikacji.

¹¹ Stanowisko/a zawodowe lub grupy stanowisk zawodowych, na którym/ych brakuje osób z daną kompetencją/kwalifikacją.

¹² Szkolenie, szkolenie zawodowe, e-learning, studia podyplomowe, doradztwo, mentoring, coaching, egzamin. Kolumna nieobowiązkowa.

¹³ Jeśli dotyczy np. wskazanie województw/ regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje jest największe; wskazanie grupy przedsiębiorstw, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje jest największe np. mikroprzedsiębiorstwa.

Lp. ⁸	Obszar tematyczny (kompetencje/kwalifikacje) ⁹	Oczekiwany przez przedstawicieli sektora efekt uczenia się ¹⁰ (tj. wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne)	Rekomendowana grupa docelowa podnosząca/zdobywająca nowe kompetencje/kwalifikacje ¹¹	Rekomendowane formy wsparcia ¹²	Szacowany łączny koszt dostarczenia danej kompetencji na potrzeby sektora ⁷	Dodatkowe uwagi ¹³
		<p>w podstawowych pionach zakładów hotelarskich.</p> <p>P6STO_W3: W szerokim zakresie teoretyczne podstawy metod i technologii stosowanych w działalności wytwórców usług turystycznych.</p> <p>P6STO_U2: Adaptować metody, technologie i procedury związane z oferowaniem i sprzedażą imprez i usług turystycznych, w tym pośrednictwem turystycznym, w tym m.in. dotyczące systemów rezerwacyjnych.</p>	sprzedażą usług turystycznych		<p>140 uczestników</p> <p>Szacowany koszt udziału 1 uczestnika 3 600 zł</p> <p>Szacowany koszt wszystkich szkoleń i doradztwa: 504 000 zł</p>	
2.	Doradztwo w turystyce	<p>Zna współczesne czynniki determinujące zachowania klientów na rynku konsumenckim oraz identyfikuje współczesne trendy i tendencje w zachowaniach konsumentów usług turystycznych na rynku turystycznym,</p> <p>Potrafi korzystać z baz danych i źródeł</p>	Kadry firm turystycznych w zakresie podnoszenia i zdobywania nowych kompleksowych kompetencji	Szkolenie (24 godzin), doradztwo (8 godzin).	<p>Na terenie całej Polski – Ogólna liczba wszystkich uczestników – minimum 85 uczestników.</p> <p>Szacowany koszt udziału 1 uczestnika</p>	Nie dotyczy.

Lp. ⁸	Obszar tematyczny (kompetencje/kwalifikacje) ⁹	Oczekiwany przez przedstawicieli sektora efekt uczenia się ¹⁰ (tj. wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne)	Rekomendowana grupa docelowa podnosząca/zdobywająca nowe kompetencje/kwalifikacje ¹¹	Rekomendowane formy wsparcia ¹²	Szacowany łączny koszt dostarczenia danej kompetencji na potrzeby sektora ⁷	Dodatkowe uwagi ¹³
		<p>wiedzy w zakresie Consumer Trends.</p> <p>Zna i stosuje zasady Modelu gościnności oraz techniki negocjacyjne w procesie kupna-sprzedaży oferty turystycznej</p> <p>Posiada umiejętność projektowania oferty w modelu SDL - koncentrującym się na współtworzeniu i preferencjach konsumenta (model Service Dominant Logic)</p> <p>Posiada umiejętność projektowania (w tym kalkulowania) oferty dla różnych grup klientów (indywidualnych, grupowych, instytucjonalnych) z zachowaniem standardów TQM.</p>			<p>4 800 zł</p> <p>Szacowany koszt wszystkich szkoleń i doradztwa: 408 000 zł</p>	