



**Systemy certyfikacji w turystyce krajowej i międzynarodowej.
Podsumowanie prowadzonych badań**

dr Bartłomiej Walas, prof. WSTiE
Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii
Sucha Beskidzka
wrzesień 2022

W latach 2017-2021 przeprowadzono, w oparciu o źródła wtórne, analizy dostępnych na rynku znaków jakościowych w usługach turystycznych w kontekście zarządzania jakością, pod kątem uwzględnienia w nich kompetencji zawodowych. Postawiono hipotezę, że brak systematycznego nadzoru nad certyfikowanymi usługami sprawia, że nie stanowią one narzędzia zarządzania jakością. Oprócz kompleksowego przeglądu procesu i form certyfikacji (2017) opisano studia przypadków znaków jakości stosowanych w różnych krajach (2018, 2019) oraz znaków o określonym profilu – wprowadzonych w okresie pandemii czy jakości edukacji (2020, 2021).

Analizy cząstkowe dotyczyły takich zagadnień jak:

1. Systemy certyfikacji w turystyce krajowej i międzynarodowej, 2017.
2. Analiza certyfikacji AFNOR w zakresie usług turystycznych i francuskiej marki „Qualité Tourisme” jako narodowego, turystycznego certyfikatu ze szczególnym uwzględnieniem wymagań kompetencyjnych osób zaangażowanych w proces ich tworzenia i funkcjonowania na rynku turystycznym, 2018.
3. Analiza narodowego czeskiego systemu certyfikacji w zakresie usług turystycznych, 2019.
4. Certyfikacja usług turystycznych w okresie pandemii Covid-19 i rekomendacje dla działań zrównoważenia gospodarki turystycznej, 2020.
5. Certyfikacja jakości edukacji w turystyce UNWTO –Tedqual, 2021.

Wyniki ww. analiz wykazują, że skupienie się na jakości usług, doskonaleniu umiejętności oraz pogłębianiu wiedzy zawodowej w oparciu o aktualne trendy przyczynią się do wzmocnienia branży, zwłaszcza w okresie po pandemii. Obecnie największym wyzwaniem jest luka kompetencyjna, która może powiększać się systematycznie, biorąc pod uwagę rosnące zapotrzebowanie na wykwalifikowanych pracowników. Braki kadrowe, zdaniem pracodawców i ekspertów sektora turystyki, są obecnie najbardziej niepokojącym problemem krajowego i europejskiego rynku pracy. Ewolucja turystyki stale przyspiesza a nowe tendencje

produktowe, nowe technologie i rosnąca konieczność sprostania wymaganiom klienta powodują, że oczekiwania dotyczące pracowników sektora turystycznego stają się coraz bardziej specjalistyczne w zakresie kompetencji. Wiele nowych, - w tym hybrydowych - zawodów w obszarze usług turystycznych jest na razie nieznanymi i niezidentyfikowanymi. Nie można jednak nie zauważyć, że branża informatyczna wchodzi coraz śmielej w obsługę i komercjalizację usług turystycznych, co w konsekwencji zaburza współczesne rozumienie sektora turystycznego oraz procesu kształcenia.

Głównymi problemami kadr w sektorze turystycznym (bardzo podobnie jest w różnych krajach) są: niskie zarobki, wymaganie elastyczności kwalifikacji personelu, niski poziom szkoleń, wysoka rotacja personelu. Różnorodne, w tym zagraniczne badania, wskazują, że w sektorze turystycznym brakuje dobrze wyszkolonych pracowników na poziomie średnim, a wśród wskazywanych słabości wymienia się brak umiejętności interpersonalnych.

Wydawać by się mogło, że jednym z narzędzi mogących potwierdzać kompetencje są certyfikacje. Procedury certyfikacji są najczęściej umiejscowione poza systemem edukacji formalnej i zawodów regulowanych. Sondaże wykazują, że sami przedsiębiorcy mają wyraźnie zróżnicowane opinie na temat zasadności certyfikacji (Walas, Celuch, 2014). Z badań europejskich wyciągnąć należy wniosek o istnieniu silnej bariery wewnętrznej wobec certyfikacji w branży turystyczno-hotelarskiej (Renda, 2012). Należy jednak przyjąć założenie, że popyt przedsiębiorców na certyfikację jakości będzie wzrastał wraz z dostrzeganiem ich ekonomicznych korzyści. W okresie po pandemicznym obserwuje na świecie wzrost propozycji różnorodnych certyfikatów w obszarze usług turystycznych, w tym potwierdzających zrównoważony charakter usługi. Poza przedsiębiorcami do wprowadzenia lokalnych (miejskich) znaków jakości z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju przymierza się również kilka miast europejskich, w tym Kraków, chociaż problem wymagałby odrębnej analizy, gdyż procesy te mają głównie charakter

deklaracyjny, a wskaźniki zrównoważenia mają inny cel w miastach historycznych, parkach narodowych czy uzdrowiskach.

Na problematykę jakości usług turystycznych można patrzeć poprzez parametry jakie spełnia usługa dla zaspokojenia potrzeb konsumentów turystycznych, jakość kompleksowego produktu turystycznego obszaru (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2010) oraz obsługi turysty przez przedsiębiorstwo turystyczne w różnych punktach styku z klientem (Panasiuk, 2021). Usługi i produkty podlegają normalizacji, której celem jest ograniczenie różnorodności (ujednolicenie), a ich jakość należy rozpatrywać z dwóch punktów widzenia, a mianowicie procesu jej realizacji oraz rezultatu (Batyk, 2012). Przedmiotem normalizacji może być np. produkt (wyrób), usługa (czynność), proces, system, instytucja (Ustawa, 2002).

Wyróżnić można trzy grupy norm:

- *normy wewnętrzne*: stosowane dla danej branży na użytek jednego przedsiębiorstwa lub grupy przedsiębiorstw (np. procedury pracy recepcji hotelowej),
- *normy zewnętrzne obowiązkowe*: wprowadzane z mocy prawa (np. kategoryzacja obiektów noclegowych)
- oraz *normy zewnętrzne fakultatywne*: zatwierdzone przez organ normalizacyjny, ale nie mające charakteru obowiązkowego - np. normy ISO (Kachniewska, 2004). Potwierdzeniem spełnienia warunków normatywnych może być certyfikat (Walas, 2017).

Ramy prawne procesu i zasad certyfikacji wprowadziła w 2006 roku dyrektywa usługowa UE (Dyrektywa, 2006) oraz rozporządzenie w zakresie norm i wytycznych wymagań akredytacyjnych zarówno dla jednostek akredytujących, jak i podlegających akredytacji (Rozporządzenie, 2008). Dla ujednoczenia procesu certyfikacji, w Unii Europejskiej ukształtowała się trójpoziomowa struktura, na którą składają się:

- organ akredytujący jednostki certyfikujące (z reguły jest tylko jedna jednostka działająca pod egidą rządu; w Polsce funkcję taką pełni Polskie Centrum Akredytacji),
- jednostki certyfikujące (jednostką certyfikującą jest Polskie Centrum Badań i Certyfikacji – PCBC oraz
- jednostki certyfikowane.

Dla certyfikacji istotne znaczenie ma proces akredytacji, a więc potwierdzenia kompetencji instytucji certyfikującej według określonego zakresu działania. Akredytacja to procedura, w wyniku, której upoważniona jednostka organizacyjna oficjalnie uznaje, że wskazana jednostka lub osoba jest kompetentna do wykonywania określonych zadań. W krajach UE władze krajowe z reguły upoważniają tylko jedną jednostkę do akredytacji. Akredytacja oznacza również uznawanie kompetencji jednostek certyfikujących do prowadzenia certyfikacji wyrobów, personelu i systemów zarządzania. Natomiast certyfikacja to przedsięwzięcie ze strony niezależnej jednostki, które wykazuje, że istnieje odpowiednie zaufanie, iż prawidłowo oznaczony wyrób, proces lub usługa są zgodne z określoną normą lub innymi dokumentami normatywnymi.

Ze względu na przedmiot certyfikacji wyróżnia się:

- *certyfikację osób* – pisemne uznawanie kompetencji i autoryzacja wykonywanych zawodów,
- *certyfikację wyrobu/usługi* – uznanie, że wyrób/usługa są zgodne z wyszczególnionymi wymaganiami,
- *certyfikację przedsiębiorstw* – uznanie przez stronę trzecią, że systemy zarządzania są zgodne z wyszczególnionymi wymaganiami.

Polska nie posiada zinstytucjonalizowanego systemu certyfikacji jakości w turystyce a występujące na rynku krajowym znaki jakościowe mają znamiona kategoryzacji, rekomendacji w oparciu o oceny użytkowników, procedur np. ekologicznych (Podręcznik standardów, 2013; Kamieniecka, Ragus, Manthey, 2014), znaków produktowych (np. szlaków tematycznych i sieci) czy certyfikatów konkursowych. Niektóre projekty

certyfiatów były finansowane ze środków unijnych i po zakończeniu finansowania zostały zaniechane.

Systemu certyfikacji nie należy mylić z wewnętrznymi procedurami jakości, prowadzonymi w szczególności w hotelarstwie (Jarzębiński, 2007, 2010a, 2010b, 2011) czy przemyśle spotkań (Walas, Nocoń, Nemethy, [Petrovič](#), Oleksa-Kaźmierczak, 2021).

Zdecydowana większość procedur dobrowolnych certyfiatów ma charakter subiektywny, a więc przyznawanych jest bez szczegółowych kryteriów i ma jedynie charakter zaświadczenia, wydawane w oparciu o nieznane dla odbiorcy kryteria. Nie wiadomo zatem w jakim zakresie poświadczają one jakość i czy jest ona zarządzana.

Na rynku turystycznym istnieje szereg sektorowych systemów oceny jakości usług, np. system kategoryzacyjny bazy hotelarskiej, punktów informacji turystycznej, obiektów gastronomicznych czy samych środków transportu (kategoryzacja autokarów). Niektóre z tych systemów są obligatoryjne dla danej grupy usług turystycznych. W Polsce kategoryzacja jest obowiązkowa jedynie w hotelarstwie, ale i tak nie obejmuje wszystkich typów obiektów noclegowych.

Słusznie zauważa Pawlusiński, że...”występuje wręcz nadmierne nasycenie rynku istniejącymi systemami certyfikacji o różnym profilu i zakresie certyfikacji i różnym zasięgu geograficznym, co w efekcie prowadzi do kanibalizacji w obrębie tych systemów certyfikacji, z drugiej – przesunięcie się punktu ciężkości z systemów certyfikacji procesu produkcji na rzecz certyfiatów konsumenckich opartych na uśrednionych ocenach poszczególnych usług dokonywanych przez osoby bezpośrednio konsumujące usługi. Popularność konsumenckich certyfiatów jakości w turystyce wynika ze specyfiki rynku turystycznego, na którym z uwagi na usługowy charakter produkt (brak możliwości poznania specyfiki produktu przed jego konsumpcją) i duże oddalenie miejsca konsumpcji od miejsca zakupu usługi w procesie nabywczym dużą wagę kładzie się na uwiarygodnienie informacji” (Pawlusiński, 2022).

Elementem priorytetowym w budowaniu jakości usług jest identyfikacja oczekiwań klientów. Współczesne znaki certyfikacji powinny określać i potwierdzać jakość procesów świadczenia usług oraz jakość zarządzania, wpisując się w koncepcję określaną jako *total quality management* (Kachniewska, 2002) bowiem komponent kompetencji jest istotnym elementem zarządzania jakością (Wybrańczyk, 2021). Ta zaś na rynku usług turystycznych w Polsce spotyka się obecnie z niezrozumieniem. Już dość dawno zwrócono uwagę, że proces implementacji międzynarodowych standardów w zakresie systemów zarządzania, procesów lub usług napotyka na poważne trudności. Przyczyn tego stanu należy upatrywać w szeregu czynników prawnych, społecznych, ekonomiczno-organizacyjnych warunkujących ich rozwój.

W większości przypadków w turystyce proces certyfikacji dotyczy rezultatu usługi a nie procesu wyróżnika jej jakości. Także w badaniach dla Komisji Europejskiej (Renda, 2012) przeważająca większość europejskich przedstawicieli sektora (83%) stwierdziła, że w pełni lub częściowo zgadza się z tezą, że systemy jakości dla turystyki są bardzo rozdrobnione i charakteryzują się niespójnością. Potwierdzenie częściowe takiej diagnozy znajduje się również w ocenie polskiej branży turystycznej, a zalecenie Rady Europejskiej w sprawie europejskich zasad jakości w turystyce wskazuje, że...”na poziomie UE nie przyjęto żadnych szczegółowych przepisów dotyczących informowania konsumentów o jakości usług turystycznych...W niektórych państwach członkowskich na zasadzie dobrowolności funkcjonują systemy jakości w sektorze publicznym na poziomie krajowym, niższym niż krajowy lub regionalnym...Duża liczba i różnorodność istniejących systemów jakości funkcjonujących w sektorach prywatnym i publicznym prowadzi do znacznego rozdrobnienia rynku w zakresie oceny jakości usług turystycznych” (Zalecenie, 2014).

W praktyce ubiegania się o certyfikaty można zaobserwować następujące motywacje:

- uzyskanie certyfikatu stanowi cel sam w sobie, traktuje się go wyłącznie jako element marketingu,
- uzyskania certyfikatu wymagają klienci, uzależniając zawarcie kontraktu od jego posiadania lub stawiając jako warunek np. uczestnictwa w ogłaszanych przetargach,
- świadome wdrażanie systemu jakości z oczekiwaniem, że wpłynie on na poprawę stanu organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem, a tym samym przyniesie wymierne efekty, zwłaszcza ekonomiczne. W tym przypadku samo uzyskanie certyfikatu jest często sprawą wtórną, drugorzędną (Kowalczyk, 2004).

Zdaniem autora wprowadzanie zarządzania jakością w branży turystycznej związane powinno być przede wszystkim z precyzyjnym określeniem poziomu jakości świadczonych usług oraz badaniem i uwzględnianiem potrzeb oraz satysfakcji klienta. Niemniej proces ten jest niezwykle trudny, ze względu na fakt, iż coraz częściej zarządzanie jakością, ale i komunikacją, musi być wynikiem identyfikacji doświadczeń i oczekiwań turysty. Podstawowym mankamentem jest fakt, iż starania i uzyskanie certyfikatu nie wiążą się z zarządzaniem jakością (Walas 2022). Diagnoza wynikająca z bilansu kapitału ludzkiego (Górski, 2015) oraz analiza różnorodnych systemów certyfikacji wskazują, że stosowane znaki jakościowe koncentrują się prawie wyłącznie na standaryzacji i eksponowaniu funkcji certyfikowanego produktu turystycznego bez uwzględnienia procesu zarządzania jakością w całym przedsiębiorstwie, a w tym także, bez analizy kompetencji (Walas, 2017, 2018, 2019, 2020) . W zdecydowanej większości przypadków element wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych nie jest wyraźnie artykułowany. Bywa, że pojawia się on wśród kryteriów certyfikacji, ale definiowany niezwykle miękko, jak: uprzejmość, gościnność, znajomość języków obcych, dysponowanie wiedzą i kwalifikacjami zawodowymi (bez określenia jakimi), otwartość na potrzeby klienta. W kilku przypadkach procedur wprowadza się pojęcie stanowiska pracy „koordynator ds. jakości”, jednak jest mało realne, aby takie stanowisko wystąpiło w MŚP turystycznych. Z

analiz przeprowadzonych przez Autora, wynika, że jedynie w czeskim systemie certyfikacji jakości usług (Český Systém Kvality Služeb – ČSKS) odnotowuje się odniesienie do kompetencji zawodowych (Walas, 2019). Celem ČSKS jest wprowadzanie stosowania przez usługodawców standardów jakościowych przyczyniających się do poprawy oceny przez klientów jakości świadczonych usług oraz atrakcyjności miejsc turystycznych. Czeski system certyfikacji koncentruje się wyraźnie na zasadach zarządzania jakością, weryfikowanych metodą Servqual, kontaktach z klientem i komunikacji wewnętrznej. Procesy te są opisane i nadzorowane przez trenera jakości. Natomiast wszystkie wymagania funkcjonalne, techniczne dotyczące obiektu/institucji są niejako warunkiem wstępnym do rozpoczęcia procedury certyfikacji. Wymagania te są ustalane przez przepisy krajowe (np. kategoryzacja) lub korporacyjne (wymagania poszczególnych grup usługodawców). Standardy ČSKS mogą być wprowadzane zarówno przez małe jak i duże przedsiębiorstwa, a także przez instytucje sektora publicznego związane z poszczególnymi branżami turystycznymi (np. muzea czy Destination Management Organisation - DMO¹). Praktyczne przestrzeganie procesów może być zweryfikowane przez tzw. ewaluatorów (Trenér, 2018). W 2018 roku zapoczątkowano w Czechach także program kategoryzacji i certyfikacji jednostek zarządzających turystyką w obszarach recepcyjnych (DMO). Jej celem jest podniesienie wydajności i efektywności ich działań, w tym marketingowych (Implementační, 2021). Zdefiniowano 3 kategorie DMO: lokalną, regionalną i krajową, przy czym ostatnią reprezentuje CzechTourism. Certyfikacja DMO pojawia się również jako narzędzie wprowadzone przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO), ale liczba przyznanych certyfikatów jest znikoma (Fayos-Sola, 1997; Walas 2021).

W wielu krajach występują ogólnokrajowe certyfikaty jakości (Benedykcińska, 2015; Walas, 2017) Niektóre poświęcone są wyłącznie

¹ DMO (Destination Management Organization) jest uważany za instytucję zarządzającą turystyką w regionie poprzez integrację sektora publicznego i prywatnego. Szerzej: Zmyślony P., Zarządzanie turystyką w regionie (2010). [W]: Regiony turystyczne, Z. Kruczek, P. Zmyślony, Proksenia, Kraków, s. 117–136

turystyce, inne mają nieco szerszy zakres, przy czym nie obejmują one wymogów kompetencyjnych. Większość krajów wprowadziła system certyfikacji ogólnej usług turystycznych, często pod nazwą „Quality Tourism” (Walaś, 2017). Wiodącą rolę w koncepcji tego systemu odgrywa minister właściwy ds. turystyki, a często operatorem jest Narodowa Organizacja Turystyczna lub powołane, specjalistyczne instytucje. Certyfikacje te zarządzane są zawsze przy współudziale stowarzyszeń branżowych, co w przypadku Polski może nastroić trudności ze względu na rozdrobnienie i słabość ekonomiczną samorządu gospodarczego.

Trudno jest oszacować, jak wiele systemów jakości istnieje obecnie w Europie. Zdaniem Autora liczby można założyć, że istnieje 100 systemów certyfikacji obejmujących jakość, w takich obszarach jak kultura, rekreacja, higiena i inne elementy jakościowego łańcucha wartości oraz podobna liczba systemów certyfikacji związanych ze środowiskiem (The EU Ecolabel, 2017). Rozróżniać należy certyfikaty prowadzone przez rząd lub regiony, głównie w celu promowania krajowej lub regionalnej konkurencyjności i poprawy ogólnej jakości, od certyfikatów prywatnych dotyczących jakości usług różnych podsektorów. Koncentrując się na celach nie bierze się pod uwagę zintegrowanego podejścia w skali europejskiej. Prowadzono co prawda konsultacje dotyczące wprowadzenia europejskiego znaku jakości w turystyce (European Tourism Label for Quality), ale według wiedzy Autora odstąpiono na razie od tej propozycji.

Wraz z odbudową turystyki po pandemii COVID-19 pojawiają się rekomendacje standaryzacji usług, w tym związane ze zrównoważeniem jej rozwoju w perspektywie długoterminowej. Przykładowo Global Sustainable Tourism Council - Globalna Rada Zrównoważonej Turystyki (GSTC) ustanawia i zarządza globalnymi standardami zrównoważonego rozwoju, opracowanymi według dwóch grup kryteriów: kryterium miejsca docelowego (*destination criteria*) oraz kryterium branżowe dla hoteli i organizatorów podróży (*industry criteria*). Stanowią one podstawę dla jednostek certyfikujących obiekty noclegowe, organizatorów wycieczek, transport i miejsca docelowe posiadające rozwiązania zrównoważonej

turystyki. Kryteria są podzielone na cztery obszary, z których każda zawiera dwie lub trzy podsekcje.

Tab. nr 1. Kryteria standardów zrównoważonego rozwoju według GSTC

Sekcje kryteriów	Podsekcje kryteriów
Zrównoważone zarządzanie	struktura i ramy zarządzania
	zaangażowanie interesariuszy
	zarządzanie presją i zmianą
Stabilność społeczno-gospodarcza	zapewnienie lokalnych korzyści ekonomicznych
	dobrobyt i skutki społeczne,
Zrównoważony rozwój kulturowy	ochrona dziedzictwa kulturowego
	zwiedzanie obiektów dziedzictwa kulturowego
Zrównoważenie środowiskowe	ochrona dziedzictwa naturalnego
	zarządzanie zasobami
	zarządzanie odpadami i emisjami.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <https://www.gstcouncil.org>

Zdaniem autora na wyróżnienie, jako rozwiązanie wyjściowe dla modelu zarządzania jakością i potwierdzenia kompetencji poprzez certyfikację, zasługuje konkurs Polskiej Organizacji Turystycznej na najlepszy produkt turystyczny oraz projekt Polskie Marki Turystyczne, przy czym żadnego z nich nie można porównać w pełni do wspomnianego znaku pod nazwą Quality Tourism, wdrożonego w licznych krajach. Oba certyfikaty można by traktować jako rozwiązanie „parasolowe” dla licznych certyfikatów regionalnych i tematycznych, aby nie zamykać drogi dla lokalnych i sektorowych znaków jakości. Przyjęta metodyka procesu certyfikacji marek turystycznych jest najbliższa kryteriom certyfikacji UNWTO (*Quality Certification for Destination Management*

Organizations). Niemniej w obu rozwiązaniach brak oceny kompetencji oraz zarządzania jakością. Oba certyfikaty można uznać za spójny system oceny jakości w usługach turystycznych pod warunkiem uzupełnienia procedur, poczynając od akredytacji, poprzez certyfikację i walidację. Przyznanie certyfikatów w obu kategoriach wiąże się z deklarowanymi korzyściami marketingowymi, ale poza Złotym Certyfikatem POT mają one raczej charakter deklaracyjny.

Zgodnie z przyjętymi zasadami należy ustalić proces i instytucje występujące w procesie certyfikacji, a więc procesy dla instytucji akredytującej, certyfikujących i zarządzających znakami jakości.

Zdaniem autora proces budowania jakości należy związać z systemem kwalifikacji prowadzonym w ramach Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK) w oparciu o ustawę (Ustawa, 2015), zgodnie z którą ministrowie właściwi dla kwalifikacji, odpowiedzialni za jej włączanie do ZSK, sprawują nadzór nad ich walidacją i certyfikowaniem. W Polsce kwalifikacje pełne nadawane są w systemach oświaty i szkolnictwa wyższego, a kwalifikacje rynkowe nadawane są przez liczne stowarzyszenia i organizacje branżowe i szkoleniowe. W przypadku kwalifikacji rynkowych instytucją certyfikującą może zostać każdy podmiot prowadzący działalność gospodarczą, jeżeli zapewnia warunki organizacyjne i kadrowe umożliwiające przeprowadzenie walidacji zgodnie z wymaganiami określonymi w opisie kwalifikacji. Taka otwarta procedura certyfikacji kwalifikacji może być dyskusyjna, tym bardziej, że publiczne dofinansowanie nabywania kwalifikacji rynkowych rodzi pokusę o wpisywanie do ZSK dość „oryginalnych” propozycji, mających stanowić dla jednostki certyfikującej źródło dochodu i przewagi konkurencyjnej wobec innych instytucji szkoleniowych. Obserwuje się zgłaszanie do systemu kwalifikacji zawodowych, stanowiących podstawę do umieszczenia w Bazie Usług Rozwojowych, szeregu wycinkowych a nawet dyskusyjnych kwalifikacji. Jak można domniemywać wnioskodawcy chcą w ten sposób niejako sformalizować planowane szkolenia, finansowane ze środków

publicznych. Ten proceder może wypaczyć strukturę certyfikowanych kompetencji i kwalifikacji.

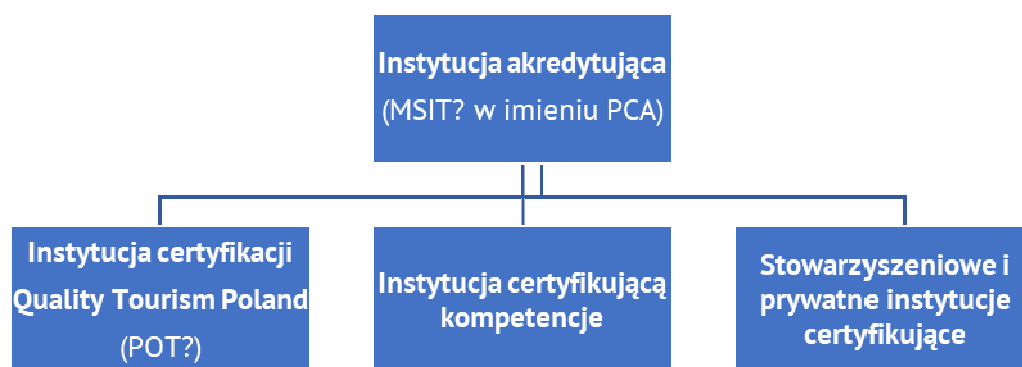
Przeprowadzone analizy doprowadziły autora do wnioski, że stworzenie modelu zarządzania jakością w turystyce jest procesem, który powinien ulegać ewolucji, dostosowanej do zachowań i procesów po stronie popytu i podaży. Powinien być analizowany i modyfikowany kompleksowo, z punktu widzenia takich cech jak: ujęcie w modelu edukacji formalnej i poza formalnej, wprowadzenie instytucji akredytującej, zaangażowanie samorządu gospodarczego i stowarzyszeń turystycznych w tworzenie i zarządzanie modelem, powierzenie zadań szkolnictwu wyższemu (np. w procedurze audytu) czy co najważniejsze program rozpoznawalności systemów certyfikacji przez konsumentów.

Stworzenie docelowego modelu zarządzania jakością w turystyce winno uwzględniać następujące cechy:

- ujęcie w nim modelu edukacji formalnej i poza formalnej,
- wprowadzenie instytucji akredytującej,
- zaangażowanie samorządu gospodarczego i stowarzyszeń turystycznych w tworzenie i zarządzanie modelem, które jest warunkiem niezbędnym,
- analiza zasadności wprowadzenia certyfikatu jakości turystyki (typu quality tourism),
- rozważenie uwzględnienia w systemach certyfikacji wymogów dotyczące kompetencji i kwalifikacji zawodowych personelu,
- powierzenie zadań szkolnictwu wyższemu np. chociażby w procedurze audytu
- certyfikacja kompetencji w procesie edukacji nieformalnej,
- wprowadzenie kwalifikacji „ewaluatora zarządzania jakością” (nazwa umowna).

Ryc. nr 1 przedstawia rekomendowany przez autora model organizacyjny zarządzania jakością poprzez certyfikacje w turystyce.

Ryc. 1. Rekomendowany model organizacyjny zarządzania jakością w turystyce



Źródło: opracowanie własne

W każdym z elementów tego modelu uwzględnione powinny zostać kryteria kompetencyjne osób zajmujących się procesem certyfikacji.

Dotychczasowe prace związane z ZSK i Radami ds. Kompetencji stanowią dobrą podstawę do rozstrzygnięć, bowiem z dotychczasowych analiz wynika, że należy zidentyfikować i opisać scenariusze zagrożeń dla podnoszenia jakości w usługach turystycznych i edukacji w tym obszarze. Hipotetycznie mogą powstawać obszary konfliktu interesów pomiędzy jednostkami szkoleniowymi i certyfikującymi a zewnętrznymi jednostkami zapewnienia jakości w systemie poza formalnym. Ich źródłami są presje ceny i kosztów, obligatoryjności lub dobrowolności certyfikacji, rozpoznawalności przez klienta/turystę mogących się mnożyć znaków jakości. Konflikty mogą również powstać na linii poza formalnej a formalnej edukacji. Wreszcie brak precyzyjnych wymagań dotyczących kompetencji w systemie certyfikacji może doprowadzić na znacznej uznaniowości pozamerytorycznej. Biorąc pod uwagę ciągle zmieniającą się sytuację, należy rozważyć wprowadzenie w certyfikację kwalifikacji nabytych w edukacji poza formalnej.

Zdaniem autora Proces certyfikacji usług turystycznych należy powiązać także z kształtem edukacji na poziomie średnim i wyższym. W wielu krajach prowadzi dyskusje poszukując odpowiedzi na pytanie: czy

więcej specjalistów czy też pracowników z wiedzą ogólną? O takim dylemacie świadczą m.in. opinie pracodawców poszukujących niekoniecznie pracowników po szkołach/uczelniach turystycznych. Niemniej kwalifikacje z sektora turystycznego są doceniane przez inne sektory, a te z innych sektorów są przydatne w turystyce. Wielu wykwalifikowanych pracowników opuszcza ten sektor, a wielu wyszkolonych absolwentów szkół turystyki nie podejmuje pracy w sektorze, co staje się marnotrawstwem zasobów ludzkich i umiejętności.

W kontekście narzędzi podnoszenia jakości kwalifikacji zawodowych w turystyce poprzez system certyfikacji wydaje się, że prace SRKT lub wnioski powinny dotyczyć:

- ✓ stworzenie matrycy zawodów i kwalifikacji szerszych niż w podstawowym projekcie SRKT,
- ✓ analizy prawnej możliwości delegacji certyfikacji w oparciu o regulacje prawne pomocniczości i powierzenia ich np. wybranym uczelniom,
- ✓ niezbędnego włączenia w proces działań SRKT samorządów gospodarczych i organizacji turystyczno-hotelarskich, bez których zaangażowania, model docelowy skazany będzie na porażkę (sam udział w Radzie może nie być wystarczający),
- ✓ stworzenia przez państwo systemu zachęt/wsparcia dla potwierdzania kompetencji i certyfikacji,
- ✓ opracowania kampanii promocji usług certyfikowanych wobec konsumenta,
- ✓ włączenie szkół wyższych w proces certyfikacji i potwierdzania kompetencji,
- ✓ wplecenia wymagań z obszaru wiedzy, umiejętności i kwalifikacji w wybrane narzędzia certyfikujące, jako model uwzględniania wymogów kwalifikacyjnych w systemach kwalifikacji produktów turystycznych,
- ✓ stworzenia krajowego systemu certyfikatu „Quality in tourism”,

Równoległe obserwuje się zgłaszanie do systemu kwalifikacji zawodowych, stanowiących podstawę do umieszczenia w Bazie Usług Rozwojowych, szeregu wycinkowych a nawet dyskusyjnych kwalifikacji.

Jak można domniemywać wnioskodawcy chcą w ten sposób niejako sformalizować planowane szkolenia, finansowane ze środków publicznych. Ten proceder może wypaczyć strukturę certyfikowanych kompetencji i kwalifikacji.

BIBLIOGRAFIA

1. Batyk I. M., 2012, Diagnoza determinantów wpływających na jakość usług turystycznych, [Zarządzanie i Finanse](#), nr 3, Uniwersytet Gdański.
2. Benedykcińska E., 2015. Analiza systemów kontroli jakości w turystyce na przykładzie wybranych państw europejskich, Warszawa: MSIT, maszynopis.
3. Fayos-Sola, E., 1997, An introduction to Tedqual a methodology for quality in tourism education and training, Madrid: UNWTO.
4. Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r.
5. Górski J.(red.), 2015, Polski rynek pracy – wyzwania i kierunki działań na podstawie badań Bilans Kapitału Ludzkiego 2010–2015, Warszawa-Kraków: PARP.
6. Kowalczyk J. (red.), 2004, Standardy jakości w turystyce-wytyczne wdrażania standardu jakości w organizacji turystycznej, Warszawa: Ministerstwo Gospodarki i Pracy.
7. Implementační manual, 2021, Kategorizace organizací destinačního managementu. Technický, Praha, Czech Tourism.
8. Jarzębiński M., 2007, Uwarunkowania implementacji międzynarodowych standardów jakości w turystyce, [w:] Kurek W., Mika M. (red.), Studia nad turystyką. Tradycje, stan obecny i perspektywy badawcze. Geograficzne, społeczne i ekonomiczne aspekty turystyki, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
9. Jarzębiński M. 2010a, Skuteczność działań doskonalących system zarządzania jakością w organizacji usługowej, [w:] T. Sikora (red.), Zarządzanie jakością – Doskonalenie organizacji, t. II, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.

10. Jarzębiński M., 2010b, Normalizacja w branży turystycznej i jej znaczenie dla przedsiębiorstw, [w:] T. Wawak (red.), Komunikacja i jakość w zarządzaniu, t. II, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
11. Jarzębiński M., 2011, Rola znakowania i certyfikacji systemów jakości w procesie spełnienia wymagań klienta na przykładzie branży hotelarskiej [w:] T. Borys, P. Rogala (red.), Orientacja na klienta jako kryterium doskonałości, Prace Naukowe UE we Wrocławiu nr 151, Wydawnictwo UE we Wrocławiu.
12. Kachniewska M., 2002, Zarządzanie jakością usług turystycznych, Warszawa, Difin.
13. Kachniewska M., 2004, ISO 9001 w przedsiębiorstwie turystycznym, Warszawa: WSHiP.
14. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. (2010). Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie. Warszawa, PWE.
15. Kamieniecka J., Ragus M., Manthey P., 2014, Rozpoznanie uwarunkowań tworzenia systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim. Warszawa: Instytut na rzecz Ekorozwoju.
16. Kowalczyk, J. (red.), (2004). Standardy jakości w turystyce-wytyczne wdrażania standardu jakości w organizacji turystycznej, Warszawa: Ministerstwo Gospodarki i Pracy.
17. Panasiuk A. (2021), Certyfikacja jakości na polskim rynku turystycznym – krytyczna ocena w kontekście e-turystyki, w: Gancarczyk J.(red.), E-management t. II, Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
18. Pawlusiński R., 2022, Zarys koncepcji programu certyfikacji sektora turystycznego - prace studialne dla znaku jakości usług pod roboczą nazwą „Tourism Quality Kraków”, Kraków, maszynopis, materiał wewnętrzny.
19. Podręcznik standardów jakości produktów lokalnych i turystyki przyjaznej środowisku, 2013, Podkarpacka Izba Gospodarcza-Krosno oraz Helvetas Swiss Intercooperation, Berno.
20. Renda A. (red.), 2012, Estimated impacts of possible options and legal instruments of the umbrella european tourism label for quality schemes.

Final Report. Submitted to the European Commission, DG Enterprise and Industry Within Framework Contract B4/ENTR/008/006, Brussels.

21. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu
22. Ustawa z dn. 12 września 2002 r. o normalizacji (Dz. U. z 2002 r., nr 169, poz. 1386).
23. Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz.U. z 2020 r., poz. 226.
24. The EU Ecolabel criteria for tourist accommodation, 2017, Commission Decision (EU) 2017/175 of 25 January 2017 (notified under document C(2017) 299), Official Journal of the European Union, 2.2.2017
25. Trenér kvality I. stupně českého systému kvality služeb, 2018, Manuál pro účastníky kurzu, CSKS, třetí, přepracované vydání.
26. Walas B., Celuch, K., 2014, Szanse rozwoju certyfikacji w świetle opinii przedsiębiorców turystycznych w Polsce, W: Ewolucja podaży i popytu w turystyce (red. B. Walas, J. Sobczuk), monografia naukowa, Sucha Beskidzka, Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii.
27. Walas B., 2017, Systemy certyfikacji w turystyce krajowej o międzynarodowej, ekspertyza dla projektu Sektorowa Rada ds. kompetencji turystyki, Warszawa: PARP.
28. Walas B., 2018, Analiza certyfikacji AFNOR w zakresie usług turystycznych i francuskiej marki „Qualité Tourisme” jako narodowego, turystycznego certyfikatu ze szczególnym uwzględnieniem wymagań kompetencyjnych osób zaangażowanych w proces ich tworzenia i funkcjonowania na rynku turystycznym, ekspertyza dla projektu Sektorowa Rada ds. kompetencji turystyki, Warszawa: PARP.
29. Walas B., 2019. Analiza narodowego czeskiego systemu certyfikacji w zakresie usług turystycznych, ekspertyza dla projektu Sektorowa Rada ds. kompetencji turystyki. Warszawa: PARP.

30. Walas B., 2020, Certyfikacja usług turystycznych w okresie pandemii COVID-19 i rekomendacje dla działań zrównoważenia gospodarki turystycznej, ekspertyza dla projektu Sektorowa Rada ds. kompetencji turystyki. Warszawa: PARP.
31. Walas B., 2021, Certyfikacja jakości edukacji w turystyce UNWTO – TEDQUAL, ekspertyza dla projektu Sektorowa Rada ds. kompetencji turystyki. Warszawa: PARP.
32. Walas B., Nocoń M., Nemethy S, [Petrovič F.](#), Oleksa-Kaźmierczak A., 2021, Diagnosis of competencies in the meetings industry in Poland, Hungary and Ireland in post-COVID-19 period, [Problems and Perspectives in Management](#), 19(4), [Issue 4](#), 198-212,
33. Walas B., (2022), Problematyka certyfikacji jako narzędzia zarządzania jakością usług turystycznych z uwzględnieniem kompetencji, W: Rynek Pracy, nr. 2 (181), red. naukowy D. Borek, Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej, Warszawa
34. Wybrańczyk, K. (2021), Kompetencje menedżerów w procesie restrukturyzacji naprawczej przedsiębiorstwa. Kraków, Proksenia
35. Zalecenie Rady Unii Europejskiej w sprawie europejskich zasad jakości w turystyce z dnia 20.2.2014 COM, 2014/0043 (NLE).
36. Zmyślony P., 2010, Zarządzanie turystyką w regionie, [w]: Regiony turystyczne, Kruczek Z., Zmyślony P., Kraków, Proksenia.