

LIETUVOS TEISĖS UNIVERSITETO
VIEŠOJO ADMINISTRAVIMO FAKULTETO
PERSONALO VADYBOS IR ORGANIZACIJŲ PLĖTROS KATEDRA

GINTARĖ STARKEVIČIŪTĖ
(SAVIVALDOS INSTITUCIJŲ ADMINISTRAVIMAS)
SAmd5 - 01

ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VYSTYMAS TURIZMO SEKTORIJE

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas – Dr. doc. Jonas Jagminas

Vilnius, 2006

TURINYS

| | |
|---|----|
| Įvadas..... | 3 |
| 1. Turizmo sektoriaus raida..... | 6 |
| 1.1. Turizmas pasaulyje..... | 6 |
| 1.2. Turizmo apžvalga Lietuvoje..... | 7 |
| 1.2.1. Lietuvos turizmo plėtra..... | 7 |
| 1.2.2. Turizmo formos Lietuvoje..... | 8 |
| 2. Kelionių organizavimo ir turizmo informacijos paslaugų teikėjai Lietuvoje..... | 13 |
| 2.1. Kelionių organizatoriai ir kelionių agentūros..... | 13 |
| 2.2. Turizmo informacijos centrai..... | 16 |
| 3. Žmogiškųjų išteklių svarba turizmo sektoriuje..... | 17 |
| 3.1. Kvalifikaciniai reikalavimai turizmo specialistams..... | 17 |
| 3.2. Turizmo specialistų rengimas Lietuvoje..... | 20 |
| 3.2.1. Aukštojo mokslo paskirtis..... | 20 |
| 3.2.2. Turizmo specialistų rengimas universitetuose..... | 22 |
| 3.2.3. Turizmo specialistų rengimas kolegijose..... | 26 |
| 3.3. Turizmo specialistų tobulinimas..... | 28 |
| 4. Turizmo specialistams keliami reikalavimai, Kauno kelionių organizatoriuose, kelionių agentūrose turizmo informacijos centruose..... | 35 |
| 4.1. Kauno miestas, kaip turistinis regionas..... | 35 |
| 4.2. Tyrimo analizė..... | 37 |
| 4.2.1. Tyrimo rezultatų aptarimas..... | 38 |
| Išvados..... | 52 |
| Rekomendacijos..... | 54 |
| Literatūra..... | 55 |
| Santrauka..... | 59 |
| Summary..... | 60 |
| Priedai..... | 61 |

IVADAS

Temos aktualumas. Turizmas – vienas prioritetinių sektorių, skatinančių socialinę, kultūrinę, ekonominę pažangą. Tai atviros šalies įvaizdis, paslaugų sferos plėtojimas, geresnis šalies infrastruktūros naudojimas, ryšių su kitais ekonomikos sektoriaus stiprinimas, darbo efektyvumo didinimas, naujų darbo vietų kūrimas.

Šiuo metu Lietuvoje sparčiai plečiasi turizmo sektorius, didėja turistines paslaugas teikiančių įmonių skaičius. Todėl šios rūšies kvalifikuotų specialistų poreikis taip pat didėja. Aštrėjanti konkurencija Lietuvos turizmo sektoriuje skatina turizmo įmones vis didesnę dėmesį skirti turizmo rinkos vartotojų poreikių tenkinimui, siekti efektyvesnio turizmo produkto pardavimo. Kaip ir kitų paslaugų turizmo paslaugų kokybės pagrindiniu veiksniu tampa profesionalūs darbo ištekliai.

Darbo problema. Sparti turizmo plėtra Lietuvoje susiduria su viena iš problemų – žmogiškųjų išteklių kvalifikacijos trūkumu. Turizmo specialistai ne visuomet atitinka darbdavių poreikius. Absolventams siekiantiems sėkmingai integruotis turizmo darbo rinkoje, nebeužtenka vien teorinių žinių. Vertingiausiais darbuotojais tampa tie, kurie sugeba teorines žinias taikyti praktikoje. Neretai absolventų formalūs, asmeniniai, socialiniai įgūdžiai bei gebėjimai nulemia jų įsidarbinamumą bei karjerą organizacijose.

Darbo objektas – turizmo specialistų rengimas ir tobulinimas.

Darbo tikslas – pristatant žmogiškųjų išteklių vystymąsi, išsiaiškinti, kokie reikalavimai keliami turizmo sektoriaus specialistams.

Darbo tikslo siekiama formuluojant tokius **uždavinius:**

1. apžvelgti turizmo sektoriaus plėtrą Lietuvoje;
2. išanalizuoti turizmo sektoriaus specialistams keliamus kvalifikacinius reikalavimus;
3. aprašyti turizmo specialistų rengimą ir tobulinimą;
4. išsiaiškinti, kokie gebėjimai, įgūdžiai, kompetencijos reikalingi kelionių agentūrose, kelionių organizacijose, turizmo informacijos centruose.

Hipotezė:

Absolventų žinios, gebėjimai, įgūdžiai, kompetencijos ir asmeninės savybės atitinka turizmo įmonių darbdavių keliamus reikalavimus.

Mokslinis naujumas.

Mokymo įstaigos turi reaguoti į besikeičiančią aplinką, analizuoti absolventų konkurencingumą darbo rinkoje. Tačiau susiduriama su aiškia problema – nėra žinoma, kokių kompetencijų ir žinių turizmo sektoriuje darbdaviai pasigenda iš absolventų.

Taigi būtina identifikuoti pokyčius turizmo rinkoje tam, kad būtų paruošti reikiami specialistai, kurie galėtų sėkmingai konkuruoti darbo rinkoje. Siekiant efektyvesnės absolventų integracijos į turizmo darbo rinką, buvo atliktas tyrimas, kuris padėjo išsiaiškinti absolventams keliamus reikalavimus šioje srityje.

Darbo metodai.

Statistinių duomenų analizė;

Mokslinės literatūros analizė;

Dokumentų analizė;

Anketinė apklausa.

Darbo struktūra

Pirmoje darbo dalyje, pristatant turizmo raidą Lietuvoje, naudojami Statistikos departamento ir Valstybinio turizmo departamento statistiniai duomenys. Šie duomenys leidžia apžvelgti turizmo sektoriaus 2003 – 2005 metų raidos kitimą, nustatyti turizmo specialistų poreikių augimo tendencijas.

Antroje darbo dalyje, aprašant kelionių organizatorių, kelionių agentūrų ir turizmo informacijos veiklos sritis, siekta supažindinti su turizmo specialisto pagrindinėmis darbo funkcijomis. Remiamasi turizmo įstatymu, kuriame apibrėžiamos pagrindinės šių organizacijų veiklos pobūdis. Remiantis P. Grecevičiaus, A. Armantienės, O. Junevičienės., darbu „Turizmas“, R. A. Ligeikienės disertacija „Turizmo plėtra ir valdymas“ buvo analizuojama turizmo organizacijų, turizmo agentūrų vieta turizmo sistemoje.

Trečiajame darbo skyriuje aprašoma žmogiškųjų išteklių svarba turizmo sektoriuje. Analizuojant turizmo specialistams keliamus reikalavimus, remiamasi valstybės nustatytais kvalifikaciniais reikalavimais kelionių operatoriams ir gidams bei turizmo specialistams nustatytais

rengimo standartais. Remiantis R. Laužacko, V. Kaušylienės, R. Narkūnienės darbais, apibrėžiamos kvalifikacijos, kompetencijos, praktinio mokymo sąvokos.

Analizuojant turizmo specialistų rengimą universitetuose ir kolegijose, naudojami Valstybinio turizmo departamento bei AIKOS duomenys. Konferencijos „Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas“ medžiaga leidžia ne tik iš arčiau supažindinti su turizmo specialistų rengimu universitetuose bei kolegijose, bet ir išskirti pagrindines problemas, iškylančias ruošiant turizmo specialistus, nurodyti galimus sprendimo būdus.

Siekiant išsiaiškinti turizmo specialistų padėtį darbo rinkoje, remiamasi 2002 metų atliktu projektu „Specialistų konkurencingumas darbo rinkoje“. Šio tyrimo metu gauti rezultatai padėjo aprašyti turizmo srities universiteto absolventų požiūrį į studijų kokybę.

Aprašant turizmo specialistų tobulinimo programų vykdymą, naudotasi turizmo sektorių apibrėžiančiais strateginiais dokumentais, kurie leido nustatyti žmogiškųjų išteklių svarbą turizmo sektoriuje, aprašyti problemas ir galimus sprendimo būdus.

Galima teigti, kad nėra pakankamai teorinės medžiagos, kuri aprašytų žmogiškųjų išteklių vystymąsi turizmo sektoriuje. Siekiant išanalizuoti turizmo specialistų ruošimą ir jų kompetencijų tobulinimą, buvo galima remtis turizmo sektorių aprašančiais dokumentais, nustatytais kvalifikaciniais reikalavimais, standartais skirtais turizmo specialistams. Siekiant išsiaiškinti turizmo specialistų parengimo kokybę, trūksta nuoseklių tyrimų. Taigi tokio pobūdžio tyrimų stoka paskatino rašyti šį darbą, kuriame parodant turizmo sektoriaus augimo tendencijas, būtų aprašyta turizmo specialistų rengimas ir tobulinimas, jų kvalifikacijos svarba turizmo sektoriuje.

Ketvirtoje darbo dalyje pateikiamas ir aprašomas autorės atliktas tyrimas, kuris atskleidžia turizmo specialistams keliamus darbdavių reikalavimus, parodo, kokios savybės reikalingos, kad darbuotojai sėkmingai dirbtų turizmo įmonėse.

1. Turizmo sektoriaus raida

1.1. Turizmas pasaulyje

Turizmo svarba pasaulyje yra gerai žinoma. Pirmiausia, tai vienas iš šalies įvaizdžio formavimo atramos taškų. Atvykę užsienio turistai skatina naujų ekonominių ryšių atsiradimą, skatina investicijų pritraukimą. Plėtojant turizmą sukuriamos naujos darbo vietos. Todėl nenuostabu, kad turizmo sektorius pasaulyje laikomas vienu perspektyviausių ir stambiausių ekonomikos sričių.

Remiantis Pasaulio turizmo organizacijos (toliau PTO) analize, 83% pasaulio šalių turizmas yra vienas iš penkių pajamas teikiančių sektorių ir 38% pasaulio šalių pagrindinis užsienio valiutos šaltinis. 1999 metais tarptautinis turizmas ir tarptautinis keleivių pervežimas davė 8% pajamų, gaunamų iš visų prekių ir paslaugų eksporto¹. Šie duomenys patvirtina, kad pajamos gaunamos iš turizmo yra labai svarbios kiekvienos šalies ekonominiam augimui.

57,8% pasaulio tarptautinio atvykstamojo turizmo rinkos užima Europa, unikali savo turizmo objektų ir produktų diferenciacija, kultūriniu ir istoriniu kiekvienos valstybės išskirtinumu². Europoje vidutinis turizmo sektoriaus indėlis į Bendrąjį Vidaus Produktą (toliau BVP) yra 5%, o Europos Sąjungos (toliau ES) šalių narių – iki 8%.

Europos turizmo vystymuisi poveikį turėjo 2004-iais metais įvykusi ES plėtra. Ši ES plėtra, kai įstojo 10 naujų valstybių, sutapo su teigiamais pokyčiais turizmo srautuose, tarptautinis atvykstamasis ir išvykstamasis turizmas žymiai išaugo³. Plati informacijos sklaida apie ES naujas nares paskatino turistų srautų didėjimą į naujas ES šalis. Taigi Europos kaip turizmo traukos centras tik išaugo - turistams iš viso pasaulio pasiūloma daugiau naujesnių, įvairesnių ir patrauklesnių turistinių vietų.

Remiantis PTO prognozėmis ir vizija iki 2020 metų Europos turizmo rinkos dalis turėtų sumažėti nuo 58% iki 47%, tačiau bendras tarptautinio atvykstamojo turizmo vidutinis augimo tempas išsilaikys 3,1% iki 2020 metų (numatoma 717 milijonų turistų)⁴. Remiantis PTO duomenimis turizmo sektorius išliks vienas iš pirmaujančių ekonomikos šakų pasaulyje.

¹ Turizmo plėtotes strategija// <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>. prisijungimo laikas: 2006-10-07.

² Tourism: a big business for small businesses// http://ec.europa.eu/enterprise/library/ee_online/art05_en.htm. prisijungimo laikas: 2006-10-10.

³ Pasaulio turizmo organizacijos konferencijos „Europos Sąjungos plėtros poveikis turizmo raidai Europoje“ išvados// <http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/PTO%20isvados%20liet.doc>. prisijungimo laikas: 2006-10-16.

⁴ Turizmo plėtotes strategija// <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>. prisijungimo laikas: 2006-10-07.

Šiame turistiniame pasaulio kontekste, Lietuva yra naujas tarptautinio turizmo regionas, geografiniu ir ekonominiu požiūriu palankioje geografinėje vietoje Vidurio Europoje ir pietrytinėje Baltijos jūros regiono dalyje.

1.2. Turizmo apžvalga Lietuvoje

Šiame skyriuje, siekiant apžvelgti turizmą Lietuvoje, aprašomos pagrindinės priežastys, lemiančios Lietuvos turizmo plėtrą; pateikiamos turizmo formos ir jų tendencijos Lietuvoje 2003-2005 metų laikotarpiu.

1.2.1. Lietuvos turizmo plėtra

XXI amžiaus pradžioje Lietuvos turizmo plėtrai ir vystymuisi reikšmingi buvo du įvykiai:

1. *2003 metais Lietuva tapo Pasaulio turizmo organizacijos nare*, kurios pagrindinė veikla – turizmo tyrimai bei ekonominė plėtra, turizmo paslaugų kokybės gerinimas, žmogiškųjų išteklių turizme plėtra⁵. Lietuvai, tapus šios organizacijos nare, atsirado didesnės galimybės plačiau visame pasaulyje propaguoti savo veiklą, gerinti šalies įvaizdį, lengviau užmegzti naudingus ir reikiamus dvišalius kontaktus su kitomis šalimis-narėmis.

2. *2004 metais Lietuva tapo ES nare*. Atsirado galimybė pasinaudoti ES struktūrinių fondų parama, diegti naujas technologijas, apmokyti specialistus, dalytis pažangia patirtimi. Tai leidžia pagerinti Lietuvos turizmo paslaugų kokybę ir plėtrą – pastebimai didėja turistų srautai ir pajamos iš turizmo.

Lietuvos tapimas šių tarptautinių organizacijų nare įtakojo spartesnį Lietuvos turizmo sektoriaus, verslo ir paslaugų vystymąsi. Aktyvus Lietuvos dalyvavimas tarptautinėse organizacijose sudaro sąlygas pristatyti šalį kaip aktyvią tarptautinio turizmo bendradarbiavimo partnerę, tampa lengviau formuoti Lietuvos, kaip patrauklios turizmo šalies, įvaizdį.

Be anksčiau išvardintų ir aprašytų svarbių priežasčių, turizmo plėtros iki 2015 metų strategijoje, išvardijamos ir kitos palankios sąlygos, skatinančios Lietuvos turizmo sektoriaus plėtojimąsi:

⁵ Įstatymo dėl Pasaulio turizmo organizacijos įstatų ratifikavimo projekto// http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=217430. 2003, Nr. IXP-2852, prisijungimo laikas: 2006-11-28.

- *patogi geografinė padėtis.* Lietuvos teritorija yra Europos žemyno viduryje ir tai patogi geografinė padėtis turizmo vystymui. Ypatingai svarbus yra šalies pasiekiamumas įvairiomis transporto priemonėmis;
- *turizmo išteklių gausa.* Kurortai bei gamtiniai kompleksai, pajūrio zona, kultūros paveldo objektų bei kitų kultūrinio turizmo objektų (muziejų, teatrų, renginių) gausa sudaro prielaidas įvairių turizmo rūšių vystymui;
- *etninių grupių susidomėjimas Lietuva.* Nemaža dalis lietuvių gyvena įvairiose pasaulio šalyse, taip pat egzistuoja ir kitų šalių piliečių istorinis susidomėjimas Lietuva;
- *gerėjantis Lietuvos šalies bei Lietuvos turizmo tarptautinis įvaizdis.* Daugelį metų Lietuva buvo uždara šalis, todėl dabar ji tampa savotišku “atradimu” turistams, kuriuos traukia šalies gamta, kultūra ir net “socializmo palikimas”, ypač Rytų ir Pietryčių Azijos regionų gyventojams⁶.

Apibendrinus, galima pažymėti, kad Lietuva, kaip turistinis objektas yra patrauklus savo ištekliais, geografinė padėtimi. Lietuvos tapimas PTO, ES nare leidžia plačiau formuoti Lietuvos turizmo tarptautinį įvaizdį ir pristatyti pasauliui.

1.2.2. Turizmo formos Lietuvoje

Šioje darbo dalyje supažindinama su dabartinėmis turizmo formomis Lietuvoje - remiantis Statistikos departamento, Valstybinio departamento statistine informacija pateikiama ir apžvelgiama atvykstamojo, išvykstamojo, vietinio turizmo kaita Lietuvoje 2003-2005 metais. Tokiu būdu siekiama įvertinti turizmo raidos tendencijas Lietuvoje, įvardinti žmoniškųjų išteklių reikšmę.

Lietuvoje išskiriamos trys turizmo formos:

1. Atvykstamasis turizmas – apima ne tos šalies gyventojų, keliautojų į tos šalies vietas, esančias už jų įprastinės aplinkos ribų, ir laikinai ten apsistojančių, veiklą.

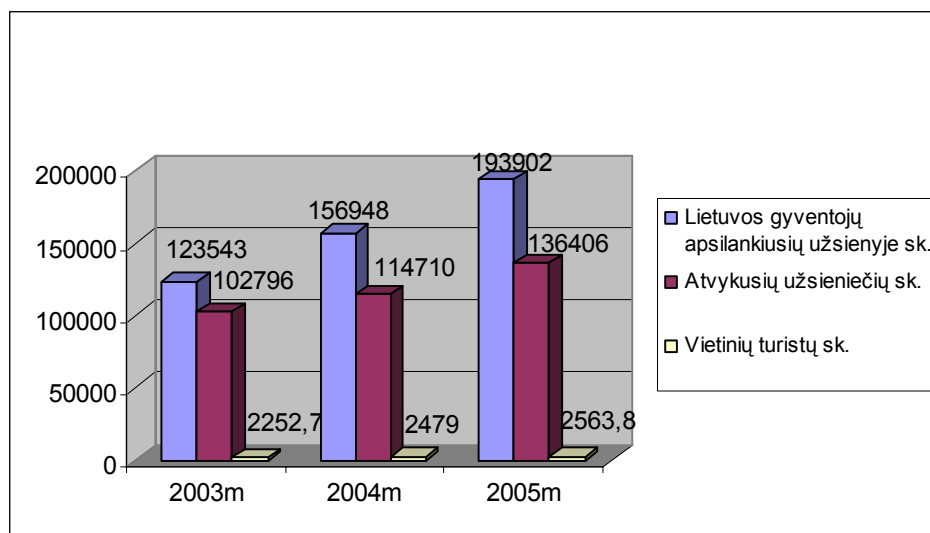
2. Išvykstamasis turizmas – apima tam tikros šalies gyventojų, keliaujančių į vietas, esančias už tos šalies ir jų įprastinės aplinkos ribų, ir laikinai ten apsistojančių.

3. Vietinis turizmas – apima šalies gyventojus keliaujančius gyvenamoje šalyje⁷.

⁶ Turizmo plėtros iki 2015 m. strategija// http://www.tourism.lt/nsv/index_veikla.html. 2002, prisijungimo laikas: 2006-10-02.

⁷ Žalienė I. Sabaliauskaitė A. Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida. Kaunas: LKKA, 2002.P. 8.

Vienas svarbiausių turizmo raidos rodiklių – turistų skaičius, jo kaita. Galima stebėti atvykstančiųjų, išvykstančių turistų kitimą Lietuvoje. Remiantis Lietuvos Statistikos duomenimis galima apžvelgti turizmo situaciją Lietuvoje 2003 – 2005 metų laikotarpyje.



1 pav. Atvykstamasis, išvykstamasis, vietinis turizmas Lietuvoje 2003 – 2005 metais

Šaltinis: sudaryta pagal „Turizmas Lietuvoje 2005 metais“, Lietuvos Statistikos departamentas. Vilnius, 2006.

Išvykstamasis turizmas. 1 paveikslėlyje (toliau pav.) pateikti duomenys rodo, kad Lietuvos gyventojai kasmet vis daugiau renkasi atostogas užsienio šalyse. 2003 metais per Lietuvos išvykstamojo turizmo kelionių organizatorius užsienyje pabuvojo 123,543 tūkstančiai Lietuvos gyventojų, o 2005 metais - 193,902 tūkstančiai Lietuvos gyventojų, tai yra 36% daugiau negu 2003 metais ir 19% daugiau negu per 2004 metus. Šie skaičiai rodo, jog vis daugiau lietuvių poilsį renkasi užsienio šalyse. Galima teigti, kad didėjantį išvykstančių turistų skaičių lemia auganti konkurencija tarp turistinių įmonių ir kelionių organizatorių, mažėjančios kainos, vykdomos specialios akcijos ir kita.

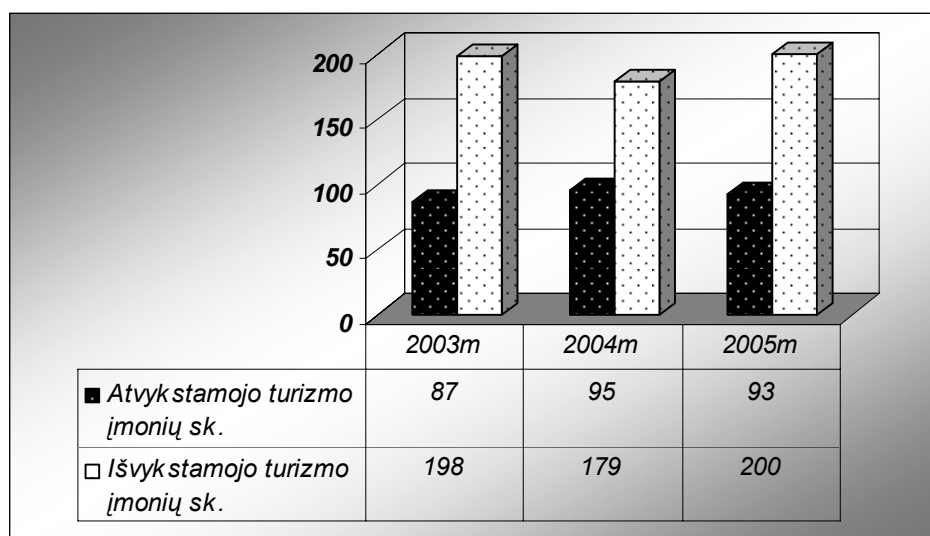
Atvykstamasis turizmas. Lyginant su išvykstančių turistų skaičiumi, į Lietuvą atvykstančių turistų skaičius per turizmo įmones yra mažesnis. 2003 metais pagal Statistikos departamento duomenis į Lietuvą atvyko 102,796 tūkstančiai užsienio turistų. Tačiau šis turistų skaičius kasmet didėja. 2005 metais užsienio turistų Lietuvoje apsilankė 136,406 tūkstančiai. Lyginant su 2003 metais turistų skaičius Lietuvoje padidėjo 25% (žr. 1 pav.). Šie rodikliai tik patvirtina, kad Lietuvai tapus ES nare, susidomėjimas mūsų šalimi kaip nauju turistiniu regionu

kiekvienais metais auga. Atvykstamasis turizmas Lietuvoje laikomas pačia svarbiausia turizmo forma, kadangi į Lietuvą atvykę užsieniečiai skatina vietinių produktų ir prekių vartojimą bei turizmo išteklių naudojimą. Atvykstamasis turizmas įvardijamas, kaip vienas efektyviausių būdų pristatyti Lietuvą ir formuoti jo įvaizdį pasaulio bendrijoje.

Vietinis turizmas. Remiantis Statistikos departamento duomenimis, 2005 metais Lietuvoje, po savo šalį keliavo 2563,8 tūkstančio vietinių turistų. Šis turistų skaičius lyginant su 2003 metais padidėjo 3% (žr. 1 pav.). Populiariausias vietinių turistų tikslas - draugų ir giminių lankymas⁸.

Daugelis turizmo paslaugas teikiančių įmonių, siekdamos didesnio pelno, daugiausiai užsiima išvykstamuoju turizmu⁹. Tik pastaraisiais metais susirūpinta atvykstamojo ir vietinio turizmo padėtimi ir jo plėtra Lietuvoje. Turizmo plėtros iki 2015 metų strategijoje svarbiausi prioritetai suteikti būtent vietiniam ir atvykstamajam turizmui¹⁰. Atvykstamasis ir vietinis turizmas Lietuvoje, sukurdamas turizmo sferą aptarnaujančios ekonomikos šakas, padeda sukurti naujas darbo vietas. Didėjant darbuotojų užimtumui turizme, didėja ne tik gyventojų, bet ir valstybės pajamos.

Per turizmo įmones, organizuojančias keliones ir teikiančias paslaugas, galima matyti atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo tendencijas Lietuvoje. Todėl šioje darbo dalyje tikslinga pateikti atvykstamojo ir išvykstamojo turistinių įmonių skaičiaus kaitą Lietuvoje (žr. 2 pav.).



⁸ Lietuvos turizmas Lietuvoje 2005 metais, Vilnius, 2006.

⁹ Svetikienė I. Turizmo marketingas. Vilnius: www.skaityk.lt, 2002.

¹⁰ Turizmo plėtros iki 2015 m. strategija / http://www.tourism.lt/nsv/index_veikla.html. 2002, prisijungimo laikas: 2006-10-02.

2 pav. Atvykstamojo ir išvykstamojo turistinių įmonių skaičius Lietuvoje 2003 – 2005 metais

Šaltinis: sudaryta pagal „Turizmas Lietuvoje 2005 metais“, Lietuvos Statistikos departamentas. Vilnius, 2006.

Galima daryti išvadą, jog per 2003 – 2005 metų laikotarpį išvykstamojo, atvykstamojo turistinių įmonių skaičius vidutiniškai išaugo 4%. Taip pat reikia pažymėti, kad Lietuvoje 54% daugiau yra įregistruota išvykstamojo negu atvykstamojo turizmo įmonių, kadangi išvykstančių turistų yra daugiau negu atvykstančių.

Svarbu paminėti, jog remiantis Statistikos departamento duomenimis, 2005 metais turizmo organizavimo paslaugas teikė 254 įmonės, turinčios 1981 darbuotoją (žr. 1 lentelę). Lyginant su 2003 metais, turistinių įmonių skaičius 2005 metais padidėjo 0,4%, lyginant su 2004 metais 10%. Matyti, kad turistinių įmonių skaičiaus kitimas nėra didelis. Tuo tarpu lyginant 2005 metų turizmo įmonėse dirbačių darbuotojų skaičių su 2003 metais, šis skaičius išaugo 18%, lyginant su 2004 metais išaugo 8%. Galima teigti, kad 2003 – 2005 metų laikotarpyje turizmo įmonėse darbuotojų skaičius žymiai išaugo. Šie duomenys patvirtina, kad turistinės įmonės plėtoja savo veiklą. Matyti, jog kasmet turizmo įmonėse įdarbinama vis daugiau darbuotojų. Todėl pagrįstai galima daryti prielaidą, kad turizmo specialistų poreikis didėja.

1 lentelė. Turizmo įmonių ir darbuotojų skaičiaus dinamika 2003 – 2005 metais.

| | 2003 m. | 2004 m. | 2005 m. |
|-------------------------|---------|---------|---------|
| Turizmo įmonių skaičius | 253 | 229 | 254 |
| Darbuotojų skaičius | 1631 | 1821 | 1981 |

Šaltinis: sudaryta pagal „Turizmas Lietuvoje 2005 metais“, Lietuvos Statistikos departamentas. Vilnius, 2006.

Aptarus pateiktus duomenis, galima daryti tokius apibendrinimus:

- 2003-2005 metų laikotarpiu Lietuvoje turizmo sektorius plėtėsi: didėjo kelionių organizavimo paslaugas teikiančių įmonių, turistų skaičius bei turizmo paslaugų pasiūla ir paklausa;
- Lietuvos turizmo rinkoje labiau klesti išvykstamasis turizmas, per 2005 metus turistinės įmonės aptarnavo žymiai daugiau išvykstančių turistų nei atvykstančių;

- Plečiant turizmo sektorių Lietuvoje, prioritetai suteikiami vietiniam ir atvykstamajam turizmui. Atvykstamojo turistų srautų didėjimas didina turizmo sektoriaus pajamas ir įplaukas į valstybės biudžetą.
- Pagal turistinėse įmonėse dirbančių darbuotojų skaičiaus augimą matyti, jog žmogiškieji ištekliai turizmo sektoriuje tampa vis svarbesni. Profesionalūs turizmo specialistai įtakoja išaugusių profesionalių turizmo įmonių teikiamų paslaugų lygį ir įvairovę, taip pat įgalina konkuruoti su geriausiomis užsienio turizmo įmonėmis.

2. Kelionių organizavimo ir turizmo informacijos paslaugų teikėjai Lietuvoje

Aprašius turizmo padėtį Lietuvoje, išanalizavus išvykstamojo ir atvykstamojo turizmo įmonių kaitą Lietuvoje 2003 – 2005 metų laikotarpyje, tikslinga aprašyti šių įmonių veiklos svarbiausias sritis; nustatyti jų vietą Lietuvos turizmo sistemoje.

Turizmo verslas gerai nefunkcionuotų, jeigu nebūtų turizmo kelionių organizatorių ir agentūrų, kurios organizuoja keliones: užsiima turistų paieška, atvežimu, apgyvendinimu, maitinimu, jų laisvalaikio organizavimu.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas numato turizmo verslo paslaugų rūšys:

- kelionės organizavimo paslaugos;
- turizmo informacijos paslaugos;
- apgyvendinimo paslaugos;
- vežimo, maitinimo, pramogų ir kitos turizmo paslaugos¹¹.

Autorės atliktame tyrime buvo apklausti kelionių organizavimo, kelionių agentūrų, turizmo informacijos centrų darbdaviai, todėl šiame darbe bus aprašomos tik pirmosios dvi turizmo įstatyme išskiriamų paslaugų rūšių (kelionės organizavimo ir turizmo informacijos paslaugų) teikėjai.

2.1. Kelionių organizatoriai ir kelionių agentūros

Siekiant išsiaiškinti turizmo specialistams keliamus reikalavimus, būtina išanalizuoti kelionės organizatorių, kelionių agentūrų, turizmo informacijos centrų (toliau TIC) vykdomos veiklos sritis, nes tai turizmo specialistų pagrindinės darbo funkcijos.

R. A. Ligeikienė savo darbe pastebi, kad kelionių agentūrų reikšmingumas didėja plėtojantis tiek atvykstamajam, tiek išvykstamajam turizmui. Šio proceso rezultatas – didesnis skaičius agentūrų su racionalesne organizacine struktūra ir tobulesne technologine baze¹².

Turizmo paslaugų vartotojams, esant didelei turistinių paslaugų pasiūlai, sunku patiems tinkamai

¹¹ Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas // Valstybės žinios. 2002, Nr. 123-5507.

¹² Ligeikienė R.A. Turizmo plėtra ir valdymas: daktaro dis.soc. mokslai: vadyba ir administravimas (03S)/VU.-K, 2003. P.80.

pasirinkti paslaugas, kurios labiausiai atitiktų jų poreikius¹³. Todėl atsiranda tarpininkai tarp paslaugų teikėjų ir turistų. Tai kelionių organizatoriai ir kelionių agentūros, kurių pagrindinės veiklos sritys yra apibrėžtos Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme.

Kelionės organizavimo paslaugas teikia kelionės organizatoriai ir kelionių agentūros.

Kelionės organizatorius vykdo veiklą, apimančią dviejų ar daugiau turizmo paslaugų (transporto, apgyvendinimo, maitinimo, pramogų, ekskursijų) teikimą bei jų pardavimą, tarpininkaujant kelionių agentūroms arba tiesiogiai galutiniams vartotojams kaip vieną produktą (vadinama paslaugų paketu) bendra kaina. Galima išskirti pagrindines kelionių organizatorių veiklos sritis:

1. organizuotų turistinių kelionių rengimas, jų reklama ir (ar) pardavimas;
2. sutarčių sudarymas su turizmo paslaugų teikėjais dėl jų paslaugų turistams teikimo kelionės organizatoriaus organizuojamų turistinių kelionių metu;
3. atskirų turizmo paslaugų užsakymas (vietų rezervavimas) ir (ar) pardavimas;
4. kongresų, konferencijų ir kitų panašių renginių organizavimas, kai tai susiję su turizmo paslaugų teikimu¹⁴.

Kelionių agentūra – juridinis asmuo, tarpininkaujantis parduodant organizuotas turistines keliones ir (ar) atskiras turizmo paslaugas. Pagrindinės kelionių agentūrų veiklos sritys yra šios:

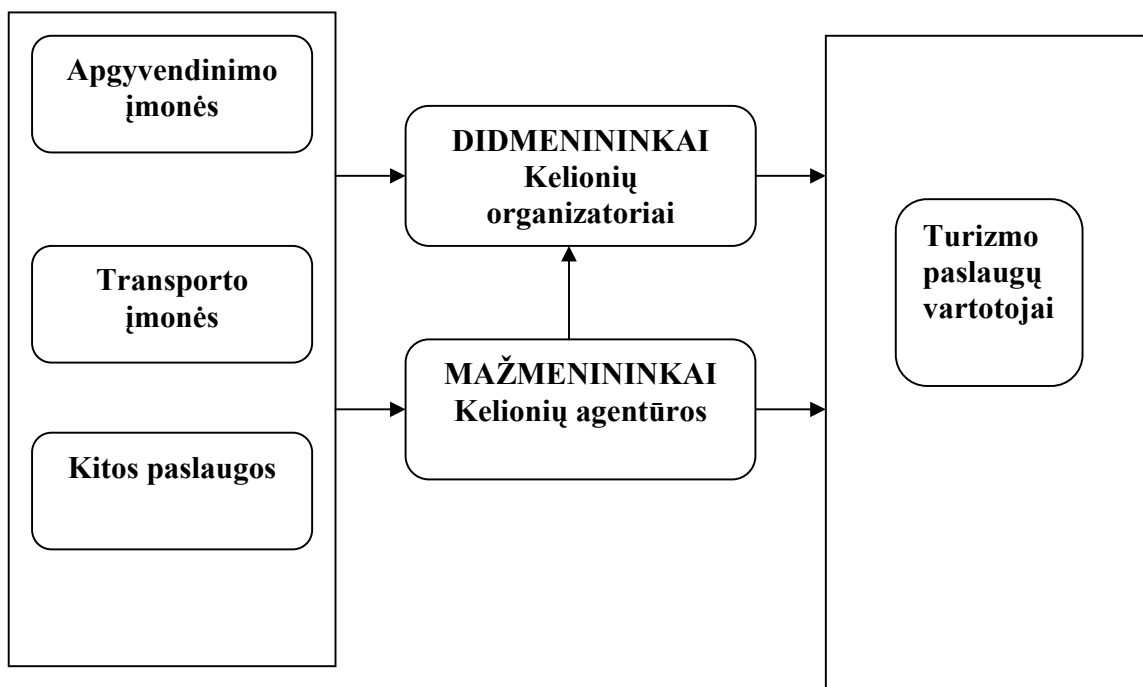
1. organizuotų turistinių kelionių pardavimas kelionės organizatoriaus vardu;
2. atskirų turizmo paslaugų (vietų rezervavimas) ir (ar) pardavimas¹⁵.

3 pav. pateikiama kelionių organizatorių, agentūrų vieta turizmo sistemoje. Matyti, jog kelionių organizatoriai, kaip didmenininkai ir kelionių agentūros kaip, mažmenininkai yra tarpininkai tarp paslaugų teikėjų ir klientų. Turizmo produktas yra įvairių paslaugų rinkinys (nakvynė, transportas, kitos turizmo paslaugos). Todėl kelionių tarpininkai, siekdami patenkinti vartotojų poreikius, tarpininkauja su įvairiomis turizmo paslaugas teikiančiomis įmonėmis: viešbučiais, transporto kompanijomis, lankytinų vietų administracija. Kelionės organizatoriai kelionės paketą parduoda per kelionių agentūras arba tiesiogiai vartotojams. Tuo tarpu kelionių agentūros tiesiogiai vartotojams parduoda arba rezervuoja kelionių organizatorių parengtus paketus ir atskiras turizmo paslaugas.

¹³ Ligeikienė R.A. Turizmo įmonės marketingo planavimas. Kaunas:Kauno kolegijos leidybos centras, 2005.P.24.

¹⁴ Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas // Valstybės žinios. 2002, Nr. 123-5507.

¹⁵ ten pat.



3 pav. Kelionių organizatorių/agentūrų vieta turizmo sistemoje

Šaltinis: Armantienė A. Junevičienė O. Grecevičius P. ir kt. Turizmas. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras, 2002.

Remiantis šių turistinių įmonių veiklos sričių specifika, išsiaiškinus, kad turizmo produktas yra daugialypis, galima teigti, kad turizmo įmonėse sėkmė didžiąją dalimi priklauso nuo turizmo paslaugos teikėjo kvalifikacijos ir profesionalumo. Turizmo specialistai kryptingai turi orientuotis į klientų poreikius bei pageidavimus.

Galima teigti, kad dauguma Lietuvos turizmo įmonių nesispecializuoja konkrečioje turizmo srityje. Jos organizuoja ir parduoda įvairias keliones ir atskiras turizmo paslaugas (organizuoja poilsines ir pažintines keliones, konferencijas, seminarus tiek Lietuvoje ir užsienyje). Galima akcentuoti, jog kelionių organizatoriai ir kelionių agentūros yra tarpinės grandys tarp paslaugų teikėjų ir vartotojų. Pagrindinis skirtumas tarp šių turizmo įmonių, kad kelionių organizatoriai kelionių paketus teikia per kelionių agentūras arba tiesiogiai turistams. Kelionių agentūros turizmo paslaugas teikia tiesiogiai vartotojams. Kelionių organizatoriai ir kelionių agentūros daugiausiai užsiima išvykstamuoju turizmu. Vietiniai gyventojai paprastai neblogai pažįsta savo kraštą ir

kelionių maršrutus pasirenka patys. Norėdami gauti papildomų informacijos šaltinių kreipiasi į turizmo informacijos centrus.

2.2. Turizmo informacijos centrai

Siekiant daugiau pritraukti užsienio turistų į Lietuvą bei pristatant Lietuvos turizmo potencialą, yra svarbūs turizmo informacijos centrai, kurie steigiami Lietuvoje ir užsienio šalyse. Dažniausiai TIC dotuojami iš valstybių arba savivaldybių biudžetų lėšų.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme, *Turizmo informacijos centrai* įvardijami kaip įmonės ar įstaigos teikiančios turizmo informacijos paslaugas.

Pagrindinės turizmo informacijos centro veiklos sritys yra šios:

1. nemokamai teikti informaciją apie turizmo paslaugas, lankomus objektus ir vietas;
2. platinti informacinius bei kartografinius leidinius apie turizmo paslaugas, objektus ir vietas;
3. užsakyti, (rezervuoti) apgyvendinimo paslaugas, transporto bilietus, bilietus į teatrus, koncertus, sporto ir kitus renginius bei prekiauti suvenyrais¹⁶.

Taigi Lietuvoje įsteigtuose TIC centruose turistams suteikiama reikalinga informacija, organizuojamas jų apgyvendinimas, rengiamos ekskursijos po lankytinas vietas. Užsienio šalyse įsteigtuose TIC, turistai gali susipažinti su Lietuva, kaip patraukliu turizmo kraštu, jiems suteikiama informacija apie Lietuvos turizmo išteklius ir paslaugas.

Šiuose centruose svarbu turizmo specialistų kvalifikacija, nes jie konsultuoja turizmo verslo atstovus, bendradarbiauja su turizmo įmonėmis, vykdo įvairius rinkodaros projektus, formuoja šalies įvaizdį.

Taigi pasirinkdami, užsisakydami ir pirkdami turizmo paslaugas, turistai dažniausiai informacijos ieško kelionių agentūrose, TIC. Didelę reikšmę kokybiško turizmo produkto sukūrimui, turistų poreikių ir lūkesčių patenkinimui turi turizmo sektoriaus specialistų darbas, aptarnaujančio personalo kvalifikacija, keliami reikalavimai.

¹⁶ Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas // Valstybės žinios. 2002, Nr. 123-5507.

3. Žmogiškųjų išteklių svarba turizmo sektoriuje

Šiuo metu Lietuvoje sparčiai plečiasi turizmo sektorius, didėja turistines paslaugas teikiančių įmonių skaičius. Todėl kvalifikuotų šios rūšies specialistų poreikis taip pat didėja. Ekspertų vertinimu, Lietuvos turizmo sektoriuje dirba maždaug 60 tūkstančių žmonių. Tai sudaro apie 4% visų Lietuvos dirbančių žmonių¹⁷. Kaip ir kitų paslaugų turizmo paslaugų kokybės pagrindinis veiksnys yra profesionalūs darbo ištekliai.

Turistai globalios ekonomikos sąlygomis tampa labiau informuoti, rafinuoti ir tai padidina jų gebėjimą daryti spaudimą turizmo paslaugų įmonėms¹⁸. Taip pat aštrėjanti konkurencija Lietuvos turizmo sektoriuje, skatina kelionių organizatorius bei agentūras vis didesnę dėmesį skirti turizmo rinkos vartotojų poreikių tenkinimui, siekti efektyvesnio turizmo produkto pardavimo. Šis didėjimas priklauso nuo turizmo įmonių personalo profesionalumo, gebėjimo sėkmingai orientuotis į klientų pageidavimus. Taip pat turizmo paslaugų sudėtingumas kelia didelius reikalavimus turizmo įmonės personalui. Tuomet svarbūs turizmo specialisto asmeninės savybės ir profesiniai įgūdžiai, kurie padeda patenkinti kliento poreikius.

3.1. Kvalifikaciniai reikalavimai turizmo specialistams

Žinant pagrindines kelionių organizatoriaus, kelionių agentūrų, TIC veiklos sritis, galima pristatyti pagrindinius reikalavimus, keliamus turizmo kelionių organizavimo, agentūrų, turizmo informacijos centrų specialistams: kelionių agentams, kelionių operatoriams, kelionių vadovams, gidams, turizmo administratoriams, kurie geriausiai atspindi turizmo sektoriaus specialistų specifiką.

Turizmo specialistas suteikia išsamią informaciją turizmo paslaugų vartotojui apie visas galimas pasirinkimo alternatyvas. Taip pat suteikia profesionalias konsultacijas pasirenkant kelionę ir sudarant paslaugų paketą pagal individualius pageidavimus. Galima išskirti kelionių operatorius ir kelionių agentus, kurie gali teikti kelionių organizavimo paslaugas tik turėdami atitinkamą pažymėjimą, kurį išduoda Valstybinis turizmo departamentas. Norint gauti šį pažymėjimą, šios srities specialistas turi atitikti nustatytus kvalifikacinius reikalavimus.

¹⁷ Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. gruodžio 18 d. nutarimas „Dėl nacionalinės turizmo plėtros 2003 – 2006 metų programos patvirtinimo“ // http://www.lrv.lt/teises_aktai/files/2003/12/1975.doc. prisijungimo laikas: 2006-10-02.

¹⁸ V. Navickas A. Malakauskaitė. Turizmo paslaugų reprezentacija: pažangi užsienio šalių patirtis // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. 2006, Nr. 39, Kaunas: VDU, P.179.

Kelionių agentas - asmuo, veikiantis kaip tarpininkas, parduodant įvairias turizmo paslaugas.

Kelionių operatorius - asmuo, kuris reguliariai ruošia turistinių kelionių maršrutus ir sudaro šioms kelionėms reikalingų turizmo paslaugų paketus.¹⁹ Šių sričių specialistų kvalifikaciniai reikalavimai pateikiami šio darbo antrame priede.

Kelionių agentas ir kelionių operatorius privalo turėti bendrą supratimą apie turizmą. Mokėti dirbti su informacinėmis priemonėmis. Akcentuojama, kad kelionių agentas, kurio darbas tiesiogiai siejasi su turizmo paslaugų produkto pardavimu turistams, turi mokėti reklamuoti ir parduoti kelionių organizavimo paslaugas, žinoti paslaugų marketingo pagrindus bei įvairių tipo bilietų rašymo, pardavimo rezervavimo pagrindus.

Kelionių operatorius, kurio viena iš pagrindinių darbo funkcijų ruošti turistinių kelionių maršrutus, turi mokėti sudaryti turistinės kelionės maršrutus ir turizmo paslaugų paketus. Taip pat žinoti turizmo administravimo teorijos ir turizmo paslaugų marketingo pagrindus²⁰.

Apžvelgus šių turizmo specialybių kvalifikacinius reikalavimus, galima teigti, kad šie specialistai privalo turėti profesinį šios srities išsilavinimą, kurių programoje yra kelionių agento ar kelionių operatoriaus mokymas arba būti išklausiuiam specialius kelionių agentų, kelionių operatorių kursus.

Gidas – teisės aktų nustatytus kvalifikacinius reikalavimus atitinkantis fizinis asmuo, kuris suteikia specialią informaciją apie lankomus muziejus, meno galerijas, gamtos, kultūros, mokslo, parodų ar kitus objektus arba vietas.

Kelionių vadovas - teisės aktų nustatytus kvalifikacinius reikalavimus atitinkantis fizinis asmuo, kuris suteikia kelionės informaciją ir lydi turistus kelionėse šalies viduje arba užsienyje²¹.

Gidas ir kelionių vadovas gali teikti paslaugas turėdamas atitinkamą pažymėjimą. Šis pažymėjimas yra išduodamas, įvertinant profesinių žinių, išsimokslinimo ir atitinkamo darbo patirties (stažo) kriterijus. Valstybinis turizmo departamentas yra atsakingas už šių pažymėjimų išdavimą²².

Ekskursijos metu informacijos paslaugas teikia gidas: lydi turistų grupes kelionėse, tvarko paslaugų apskaitos ir organizacinius dokumentus²³. Norint gauti gido kvalifikacinį pažymėjimą

¹⁹ Kvalifikaciniai reikalavimai kelionių operatoriams ir kelionių agento pažymėjimui gauti ir jo išdavimo tvarka// http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/ag_op.htm. prisijungimo laikas: 2006-10-06.

²⁰ ten pat.

²¹ Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas// Valstybės žinios. 2002, Nr. 123-5507.

²² ten pat.

²³ Stulpinaitė J. Gido kvalifikacijos tobulinimo galimybės turizmo įmonėse //Individuali karjera-mokymosi visą gyvenimą proceso dalis. Šiauliai, 2004. P23.

reikalinga žinoti Lietuvos istoriją, geografiją, kultūros paveldą. Taip pat išmanyti ekskursijų ruošimo ir vedimo metodiką, retorikos bei oratorinio meno pagrindus.

Kelionės organizatoriui kelionės metu atstovauja kelionių vadovas. Paprastai kelionių vadovai lydi turistinę grupę visos kelionės metu, teikia informaciją apie maršrutą, lankytinas vietas, tvarko kelionės dokumentaciją, sprendžia visus organizacinius klausimus, bei išskylančias problemas²⁴. Todėl kelionių vadovas turi būti susipažinęs su turizmo teisės aktais, žinoti kelionės informacijos teikimo principus ir reikalavimus. Taip pat mokėti tvarkyti turistinės kelionės dokumentaciją.

Turizmo administratorius – planuoja, koordinuoja įvairaus pobūdžio turizmo įmonių darbą²⁵. Turizmo administratorius gali dirbti agentūrų administratoriumi (vadybininku), kelionių agentu, operatoriumi, vadovu ar gidu kelionių, turizmo agentūrose, turizmo informacijos centruose²⁶. Turizmo administratoriams taip pat yra apibrėžtos profesinės kompetencijos, kurias privalo turėti turizmo darbuotojas šiose veiklos srityse (žr. 2 priedas).

Turizmo administratoriai (nepriklausomai kokioje turizmo srityje dirba) turi būti kompetentingi. Turizmo specialistai bendrauja su klientais, bendradarbiauja su kitomis turistinėmis įmonėmis, kitais verslo partneriais šalyje ir užsienyje, veda derybas, sudaro bendradarbiavimo sutartis. Jie teikia turizmo paslaugas klientams, rengia, reklamuoja, parduoda turizmo produktus. Prireikus sprendžia klientų skundus. Konsultuoja klientus turizmo organizavimo klausimais. Gali organizuoti turistines keliones, vadovauti įvairių tipų kelionėms, vesti ekskursijas.

Taigi nesvarbu, kokias pareigas užimtų, turizmo specialistams būtina mokėti užsienio kalbas, išmanyti informacines technologijas, žinoti Lietuvos ir pasaulio kelionių geografiją ir kita. Dėl nuolatinio bendravimo su klientais bei verslo partneriais labai svarbios yra ir asmeninės savybės, kurios lemia sėkmingą turizmo specialistų darbą. Tai puikūs bendravimo įgūdžiai, organizaciniai ir vadovavimo gebėjimai. Taip pat svarbios tokios asmeninės savybės kaip paslaugumas, iniciatyvumas, mokėjimas tenkinti kliento interesus, atsakomybė, gera orientacija, mąstymo lankstumas, kūrybingumas.

²⁴ Valstybinio turizmo departamento direktoriaus 2001m. sausio 2d. įsakymas „Dėl kvalifikacinių reikalavimų gido kategorijai bei gido ir kelionių vadovo pažymėjimams gauti ir pažymėjimo išdavimo (panaikinimo) tvarkos patvirtinimo“ // http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/veda_akt.doc. prisijungimo laikas: 2006-10-07.

²⁵ Pociūtė B. Baltrėnienė Z. Dėdinskienė S. ir kt. Profesinės karjeros vadovas. Vilnius: Solertija, 1998.P.198.

²⁶ Turizmo administratoriaus rengimo standartas // <http://www.pmmc.lt/Standartai/Failai/TurAdnStand.doc>. 2000, prisijungimo laikas: 2006-10-13.

Reikia pažymėti, kad turizmo specialistai profesinius kvalifikacinius įgūdžius ir asmeninių savybių tobulinimą gali gauti studijuodami Lietuvos universitetinėse aukštosiose mokyklose ir neuniversitetinėse aukštosiose mokyklose (kolegijose).

3.2. Turizmo specialistų rengimas Lietuvoje

Pateikus turizmo specialistų kvalifikacinius ir asmeninių savybių reikalavimus, šiame skyriuje bus aprašomas turizmo specialistų ruošimas Lietuvos universitetinėse aukštosiose mokyklose (toliau universitetai) ir neuniversitetinėse aukštosiose mokyklose (toliau kolegijos). Tokiu būdu siekiama išanalizuoti šių specialistų parengimą turizmo darbo rinkai.

3.2.1. Aukštojo mokslo paskirtis

Lietuvos Respublikos švietimo įstatyme apibrėžiama aukštojo mokslo studijų paskirtis – padėti asmeniui įgyti aukštąjį išsilavinimą bei atitinkamą kvalifikaciją ir pasirengti aktyviai profesinei, visuomeninei ir kultūrinei veiklai. Aukštojo mokslo studijų programas vykdo aukštosios mokyklos – universitetai ir kolegijos. Baigus aukštojo mokslo studijų programas, įgyjamas aukštasis išsilavinimas ir (ar) kvalifikacija²⁷. Reikia paminėti, kad neuniversitetinės aukštojo mokslo studijos, vykdomos kolegijose nuo universitetinių skiriasi tuo, kad per jas daugiau dėmesio skiriama praktinėms kompetencijoms, reikalingoms, konkrečiose darbo vietose, ugdyti²⁸.

Kvalifikacija reiškia tam tikrų žinių, mokėjimų, sugebėjimų įgūdžių ir patyrimo visumą, kurią įgijęs žmogus gali kokybiškai, (kompetentingai) dirbti atitinkamos rūšies ir sudėtingumo darbą. Šis apibrėžimas, visų pirma parodo, kad žinios, mokėjimai, įgūdžiai ir patyrimas nėra savaiminiai dalykai. Šios savybės įgyjamos ugdymosi procese. Kvalifikacijos pagal jų pobūdį klasifikuojamos į:

- *materialines žinias ir įgūdžius* (plačios paskirties, pavyzdžiui, darbo planavimo, valdymo, problemų sprendimo, rezultatų įvertinimo, užsienio kalbų žinojimo ir kita);

²⁷ Lietuvos Respublikos švietimo įstatymas //Valstybės žinios. 2003, Nr. 63-2853.

²⁸ Kolegijos teiks profesinio bakalauro kvalifikacinį laipsnį. // <http://www.smm.lt/naujienos/pranesimai.htm?id=1280>. prisijungimo laikas: 2006-11-08.

- *kognityvinės srities formalius įgūdžius* (analitinis, sisteminis mąstymas, kūrybiškumas, sprendimų paieškos mokėjimai ir kita);
- *psichomotorinės srities formalius įgūdžius* (koordinuotumas, reakcijos greitis, koncentruotumas ir kita);
- *asmenybinius įgūdžius* (sąžiningumas, atsakingumas, kruopštumas, tikslumas, savarankiškumas ir kita);
- *socialinius įgūdžius* (komunikabilumas, tolerancija, nuoširdumas ir kita)²⁹.

Igyjant kvalifikaciją labai svarbus praktinis mokymas. Praktinis mokymas yra organizuotas į praktinę veiklą, taikomąjį suteikiamų žinių pobūdį ir organizuojamas nuosekliai, įsisavinant vieną grandį po kitos, integruojant į praktinį ir gyvenimo patyrimą³⁰. Studijų proceso paskirtis – būsimus specialistus parengti praktinei veiklai ir tolimesniam savarankiškui mokymuisi visą gyvenimą³¹.

Norint, kad darbuotojas gerai atliktų jam pavestas funkcijas privalo būti kompetentingas – pasižymėti pažintiniais, veikliniais, asmeniniais gebėjimais. Kompetencija – tai efektyvios veiklos demonstravimas panaudojant tam reikalingas žinias, mokėjimus, įgūdžius bei patyrimą atitinkamos rūšies ir sudėtingumo darbui atlikti³². Kompetencija laikoma kvalifikacijos pagrindu. Kvalifikacija yra įgyjama, tuo tarpu kompetencija – išvystoma³³.

Aukštojo mokslo įstaigos privalo absolventui suteikti tinkamą kvalifikaciją, praktinį pasirengimą, išvystyti jo kompetencijas, tai yra patenkinti reikalavimus, kuriuos kelia konkreti darbo vieta.

Lietuvoje, sparčiai plečiantis turizmo sektoriui, vis daugiau reikalinga aukštos kvalifikacijos specialistų. Remiantis valstybinio turizmo departamento duomenimis, šiuo metu turizmo specialistus ruošia 4 Lietuvos universitetinės aukštosios mokyklos. Šiose aukštosiose mokyklose rengiamos turizmo srities specializacijos:

1. Klaipėdos universitetas (toliau KU) – rekreacija ir turizmo vadyba;
2. Lietuvos kūno kultūros akademija (toliau LKKA) – turizmo ir sporto vadyba;

²⁹ Laužackas R. Profesinio ugdymo turinio reforma: didaktiniai bruožai. Kaunas: Lietuvos Respublikos Švietimo ir mokslo ministerijos leidybos centras, 1997. P. 24.

³⁰ Kaušlylienė V. Narkūnienė R. Turizmo ir viešbučių administravimo specialybės studentų praktinių įgūdžių formavimas Utenos kolegijoje // Respublikinė mokslinė – praktinė konferencija Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Kaunas:Kauno kolegija, 2004. P. 51.

³¹ Latvėnienė V. Turizmo administravimo studijų programos turinio optimizavimas Šiaulių kolegijoje //Mokslo taikomieji tyrimai kolegijose. Kaunas, 2004, Nr. 1. P.38.

³² Laužackas R. Mokymo turinio projektavimas-standartai ir programos profesiniame rengime. Kaunas: VDU, 2000.P. 74.

³³ Laužackas R. Sistemoteorinės profesinio rengimo kaitos dimensijos. Kaunas, 1999. P. 34.

3. Vilniaus pedagoginis universitetas (VPU) – turizmo vadybos atšakos programa prie Geografijos studijų programos;

4. Vilniaus universitetas (VU) – kultūros istorijos ir antropologijos studijų programos Kultūrinio turizmo specializacija³⁴.

Taip pat turizmo specialistus ruošia ir 9 Lietuvos neuniversitetinės aukštosios mokyklos (kolegijos):

1. Kauno kolegija – turizmo ir viešbučių vadyba;
2. Kauno verslo kolegija – turizmo administravimas;
3. Klaipėdos verslo ir technologijų kolegija – turizmo administravimas, kaimo turizmo vadyba;
4. Šiaulių kolegija – turizmo administravimas, kelionių vadovų mokymo programa;
5. Utenos kolegija – turizmas ir viešbučių administravimas;
6. Vakarų Lietuvos verslo kolegija – rekreacijos ir turizmo verslo vadyba;
7. Vilniaus kolegija – turizmo ir viešbučių administravimas;
8. Vilniaus teisės ir verslo kolegija – turizmo ir viešbučių administravimas
9. Marijampolės kolegija – turizmo administravimas³⁵.

Turizmo sektoriuje būtinos žinios iš daugelio sričių. Pavyzdžiui, neapsieinama be tokių disciplinų žinojimo kaip teisė, istorija, ekonomika, psichologija, vadyba. Turizmo specialistai, siekiantys sėkmingai integruotis turizmo sektoriuje, privalo turėti daug teorinių ir praktinių žinių, susijusių su įvairiomis turizmo sritimis. Tamprūs rekreacijos, sporto, geografijos, kultūros istorijos programų ryšiai su turizmo programų turiniu sąlygojo šių specialybių integracijos ryšius. Todėl tai paaiškina universitetuose vykstančius turizmo studijų programų derinimus su kitomis mokymo programomis.

3.2.2. Turizmo specialistų rengimas universitetuose

Kiekviename universitete turizmo specialistų rengimas pasižymi sava specifika. Turizmo sričių specialybės derinasi su kitų universitetų specialybių programomis: rekreacija, geografija, sportas, kultūra. Šios sritys yra tiesiogiai susijusios ir savo turiniu, derinasi su turizmo specialybių atšakų programomis. Tai paskatino universitetuose sutvirtinti dviejų specialybių integracinius ryšius.

³⁴Turizmo studijos // <http://www.tourism.lt/>. prisijungimo laikas: 2006-10-02.

³⁵ ten pat.

1991 metais Klaipėdos universitete buvo įkurta Rekreacijos katedra, orientuota į turizmo rekreacijos specialistų rengimą. Tai buvo pirmoji mokymo įstaiga pradėjusi ruošti šios specialybės bakalaurus vėliau ir magistrantus. Šioje aukštojoje mokykloje turizmo specialistų rengimas derinamas su rekreacijos specialistų ruošimu. Absolventai, baigę šios krypties studijas, gali dirbti rekreacijos, turizmo industrijoje, savivaldybėse arba tęsti studijas rekreacijos ir turizmo magistrantūroje³⁶.

LKKA derinama su kai kuriomis kūno kultūros specialybėmis. Šios srities specialistai gali dirbti vadybininkais sporto organizacijose, federacijose, asociacijose, klubuose, turistinių paslaugų įmonėse arba toliau specializuotis sporto ir vadybos magistrantūros studijose³⁷.

VPU turizmo atšakos programa derinama su geografijos specialistų programa. Baigusieji šią studijų programą gali dirbti lavinimo mokykloje geografijos mokytojais, profesinėje aukštesniojoje ir aukštojoje mokyklose – dėstytojais, dirbti moksliniais bendradarbiais centruose, firmose, institutuose, tęsti studijas fizinių ir socialinių mokslų, geografijos krypties magistrantūroje³⁸.

VU rengiami kultūrinio turizmo specialistai, kurių programa derinama su kultūros istorijos ir antropologijos programomis. Baigusieji šią studijų programą gali dirbti mokyklose, muziejuose, bibliotekose, archyvuose, paminklosaugos, paveldosaugos ar kitose kultūros ir švietimo įstaigose ir institucijose. Taip pat tęsti studijas magistrantūroje³⁹.

Taigi, kaip matyti iš universitetuose dėstomų programų dalių studentas įgyja bendros paskirties ir specialybinių žinių ir gebėjimų. Svarbu išsiaiškinti, ar pakanka universitete įgytų žinių bei gebėjimų, kurie leistų sėkmingai konkuruoti turizmo darbo rinkoje.

2002 metais bendradarbiaujant Mokslo ir studijų departamentui prie Švietimo ir mokslo ministerijos, Atviros Lietuvos fondui bei Darbo ir socialinių tyrimų institutui, buvo vykdomi projektai, kuriais siekta išsiaiškinti aukštąjį išsimokslinimą turinčių absolventų parengimo kokybę bei jų padėtį darbo rinkoje. 2002 metų antrosios dalies ataskaitoje pateikti tyrimo metu gauti rezultatai. Šioje ataskaitoje analizuojami verslo ir administravimo studijų krypties pagrindinių

³⁶ Turizmas ir rekreacija // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61203S301&MIval=/Programa.html>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

³⁷ Turizmo ir sporto vadyba // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61203S110&MIval=/Programa.html>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

³⁸ Geografija // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61206P101&MIval=/Programa.html>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

³⁹ Kultūros istorija ir antropologija. // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61205H102&MIval=/Programa.html>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

studijų IV kurso aukštųjų universitetinių mokyklų studentų sociologinės apklausos rezultatai. Tyrimo metu buvo siekiama maksimaliai įvertinti besimokančių studentų požiūrį į profesinį pasirengimą, jų dalyvavimą darbo rinkoje. Šio tyrimo metu apklausti ir Lietuvos kūno kultūros akademijoje ruošiami turizmo ir sporto vadybos studentai. Šioje ataskaitoje pateikti rezultatai parodo šios srities studentų požiūrį į studijas; galima matyti, kokių žinių gebėjimų neįgijo universitete; pateikiama jų konkurencingumo lygis darbo rinkoje.

Šios srities studentai daugiausiai iš visų apklaustų respondentų (64,7%) akcentavo, jog profesinei veiklai pakaks studijų metu įgyto profesinio pasirengimo.

Trečdalis turizmo ir sporto vadybos studentų nurodė, jog praktikos visai neorganizuojamos. 23,5% nurodė, kad praktika jų universitete organizuojama labiau tinkamai negu netinkamai, 13,7% nurodė, jog labiau netinkamai negu tinkamai. 51,5% apklaustųjų teigė, kad praktikos trukmė yra pakankama, 36,4% apklaustųjų paminėjo, kad nepakankama. Taigi didesnė studentų dalis mano, kad praktikos laikas yra pakankamas⁴⁰. Galima daryti išvadą, kad nemaža dalis studentų neatliko praktikos studijų metu. Todėl galima, teigti, kad dalis studentų neturi profesinės praktikos patirties, kuri leistų lengviau adaptuotis darbo rinkoje.

Turizmo ir sporto vadybos studentų didesnė dalis (58,3%) nurodė, jog profesinėje veikloje jiems labiausiai stigs, būtent, universaliųjų, bendrųjų asmenybinio pobūdžio mokėjimų ir gebėjimų (organizuotumo, komunikabilumo, savarankiškumo, atsakingumo, sisteminio mąstymo), tik po to praktinio pasirengimo (50,0%). Paprašyti įvardinti, kokių praktinių gebėjimų gal nepakakti profesinėje veikloje, visi apklaustieji (100%) įvardijo, jog stokotų žinių apie finansinių dokumentų sąmatų rengimą, 83,3% apklaustųjų paminėjo, jog trūktų gebėjimų administruoti, vadovauti projektui, kaip bendradarbiauti su partneriais vykdant bendrus projektus, 66,7% respondentų įvardijo, jog nežinotų kaip reikia steigti įmonę, kaip sudaryti konkretų verslo planą, kaip organizuoti darbą, 50% studentų paminėjo, kad trūksta praktinių gebėjimų, kaip rasti partnerius užsienyje ir kaip su jais bendradarbiauti bei kaip spręsti konfliktus darbe⁴¹. Vertinant šiuos tyrimo rezultatus, galima daryti prielaidą, kad universitetas šios studijos krypties studentams nesuteikia pakankamai universaliųjų žinių, bendro pobūdžio gebėjimų. Šio pobūdžio žinių trūkumas taip pat trukdo sėkmingai konkuruoti darbo rinkoje.

Išaiškėjo, kad turizmo ir sporto vadybos studentai, kurie dirba pagal specialybę sudarė 18,2%. Tai nedidelis skaičius lyginant su kitomis studijų programomis, pavyzdžiui, vadyba ir verslo

⁴⁰ Specialistų konkurencingumas darbo rinkoje. II – oji dalis (ketvirtojo tyrimų etapo ataskaita) // http://www.smm.lt/smt/docs/spec_poreikis/2002_2.pdf 2002, prisijungimo laikas: 2006-10-15.

⁴¹ ten pat.

administravimo studentai pagal specialybę įsidarbino 81,1% šios srities studentų. 45% turizmo ir sporto vadybos studentų tikisi įsidarbinti iš kart po studijų baigimo. Nagrinėjant darbo rinkos rodiklius išaiškėjo, jog turizmo ir sporto vadybos studentų įsidarbinusių studijų metu siekia 72,7%, bendras įsidarbinimo lygis 19,6%⁴².

Apibendrinus šiuos tyrimo rezultatus, galima daryti išvadą, jog daugiau nei pusė šios studijos srities studentų manė, jog studijų metu įgijo pakankamai profesinio pasirengimo. Tačiau kai kurie studentų atsakymai į anketos klausimus parodė, jog nemaža dalis studentų neatlikinėjo praktikos, todėl, jie realiai nebuvo susidūrę su praktine specializacijos veikla. Nemažai studentų įvardijo, kad jiems trūksta universalių žinių, kurie yra būtini turizmo specialistams.

Daugiau apie VPU rengiamus turizmo specialistus informacijos suteikia 2004 metais surengtoje mokslinėje – praktinėje konferencijoje „Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas“ pristatytas S. Stanaičio pranešimas „Turizmo specialistų rengimas derinyje su kitų specialybių programomis“, kuriame supažindinama su turizmo specialistų rengimu VPU Gamtos mokslų fakulteto geografijos bakalauro studijų programoje. Pateikiama tyrimo apklausos rezultatai, kuriame buvo apklausti šią studijų programą baigę absolventai. Šio tyrimo rezultatai parodė, jog šią studijų kryptį baigę dauguma absolventų buvo patenkinti gautais įgūdžiais universitete bei įgūdžiais formuojamais teorinių užsiėmimų metu, tačiau įsidarbinant susidūrė su patirties ir praktinių žinių stoka⁴³. Taigi matyti, kad įsidarbinant šią studijų kryptį baigusiams absolventams iškyla sunkumų.

Apibendrinus šių tyrimų rezultatus, galima daryti prielaidą, kad dauguma LLKA ir VPU studijuojančių turizmo specializaciją studentų yra patenkinti profesiniu parengimu, tačiau matyti, kad jiems trūksta, praktinių, universalių žinių, kurie leistų sėkmingai integruotis turizmo darbo rinkoje.

Taigi universitetuose, rengiant turizmo specialistus, būtina didesnę dėmesį skirti asmeninių gebėjimų vystymui. Turizmo specialistų darbas pasižymi sava specifika, dėl nuolatinio bendravimo su klientais bei verslo partneriais labai svarbios yra asmeninės savybės, kurios lemia sėkmingą turizmo specialisto darbą.

Siekiant, kad absolventas sėkmingai konkuruotų darbo rinkoje, praktikai turi būti skiriamas lygiai toks pats dėmesys, kaip ir pačioms studijoms. Ilgesnis praktikos atlikimas leistų geriau įsisavinti darbo specifiką ir tai sąlygotų geresnį darbo kokybės atlikimą.

⁴² ten pat.

⁴³ Stanaitis S. Turizmo specialistų rengimas derinyje su kitų specialybių programomis // Respublikinė mokslinė – praktinė konferencija Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Kaunas:Kauno kolegija, 2004. P. 98.

Šioje darbo dalyje daryti objektyvias išvadas apie turizmo specialistų ruošimą trukdo nuoseklių tyrimų absolventų, darbdavių apklausų stoka, kurių analizė padėtų efektyviau ruošti turizmo specialistus, parodytų turizmo specialistų parengimo kokybę.

3.2.3. Turizmo specialistų rengimas kolegijose

Turizmo specialistų ruošimas aukštosiose neuniversitetiniuose mokyklose (kolegijose) taip pat turi savo specifiką. Pirmiausia, siekiant turizmo specialistui suteikti bendrųjų kompetencijų, reikalingų turizmo sektoriuje, dėstomi bendrojo aukštojo mokslo dalykai. Pavyzdžiui, turizmo, marketingo, vadybos, personalo organizavimo pagrindai. Toliau vykdoma konkrečios turizmo darbo srities kvalifikuotų specialistų rengimas. Dažniausiai rengiami turizmo agentai, kelionių operatoriai, kelionių vadovai, gidai, viešbučių administratoriai.

Tikslinga išsikeltus programų tikslus ruošiant turizmo administratorių specialistus. Pagrindinis *turizmo administravimo programos tikslas - parengti kvalifikuotus specialistus darbui turizmo paslaugas kuriančiose ir teikiančiose įmonėse, įstaigose ir organizacijose, įgalinant juos efektyviai veiklai didėjančio konkurencingumo sąlygomis*⁴⁴. Būsimųjų specialistų kompetencijos formuojamos suteikiant teorinių žinių ir organizuojant praktinį mokymą Kolegijoje bei Lietuvos turizmo verslo aplinkoje. Studijų programa parengta remiantis principais, kurie įgalina studentus įgyti pagrindines turizmo administravimo specialistams reikalingas profesines žinias bei suformuoti būtinus praktinius įgūdžius, ypatingą dėmesį skiriant turizmo informacijai valdyti bei klientų poreikiams individualizuoti ir tenkinti. Turizmo administravimo programoje formuojamos profesinės ir asmeninės kompetencijos, įgalinančios savarankiškai atlikti kompleksinį, asmeninės atsakomybės ir pagrįstų sprendimų priėmimo reikalaujantį darbą turizmo sektoriuje šiose veiklos srityse:

- turizmo paslaugas teikiančios įmonės įkūrimas, didelį dėmesį skiriant įmonės steigimo dokumentų parengimui ir verslo plano sudarymui;
- turizmo įmonės (padalinio) darbo organizavimas, taikant vadybos, rinkos ekonomikos, turizmo paslaugų rinkodaros ir kitas žinias;

⁴⁴ Turizmo administravimas. // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=65303S304&MIval=/Programa>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

- klientų aptarnavimas, akcentuojant įmonės parduodamų turizmo produktų pritaikymą individualiems klientų poreikiams;
- turistinių kelionių rengimas ir organizavimas, efektyviai panaudojant Lietuvos ir kitų šalių turizmo išteklius;
- vadovavimas įvairių tipų kelionėms, bendraujant su klientais bei gebant operatyviai spręsti organizacinius klausimus;
- kelionių operatorių ir agentūrų veiklos administravimas, vadovaujantis pagrindiniais administravimo principais ir turizmo įmonių patirtimi;
- turizmo informacijos valdymas, identifikuojant įmonės informacinius poreikius bei tikslus⁴⁵.

Baigę turizmo studijas Kolegijoje absolventai priklausomai nuo pasirinktos specializacijos gali dirbti turizmo įmonėse, informacijos centruose, viešbučiuose, kaimo turizmo srityje, savivaldybėse.

Aptarus turizmo specialistų ruošimą kolegijose, tikslinga aprašyti tyrimus, kurie parodo kolegijose rengiamų absolventų padėtį turizmo darbo rinkoje. Būtų galima išskirti Šiaulių kolegiją, kuri atliko turizmo administravimo studijų programos absolventų įsidarbinimo analizę ir perspektyvas. Apklausiant darbdavius, buvo siekta išsiaiškinti, kokių gebėjimų ir dalykinių žinių labiausiai trūksta Šiaulių kolegijoje parengtiems absolventams. Tyrimo rezultatai parodė, kad absolventams labiausiai trūksta patirties ir praktinių įgūdžių, savarankiškumo, bendravimo įgūdžių stoka. Taip pat pasigendama rinkodaros pagrindų, naujų produktų sudarymo įgūdžių, geografijos žinių. Apklausus absolventus, buvo nustatyta jų padėtis darbo rinkoje. Pagal specialybę 2002 – 2004 metais dirbo apie 26% absolventų. Nemaža dalis absolventų tęsė studijas, siekdami gauti aukštojo mokslo diplomą⁴⁶. Šio tyrimo rezultatai parodė, kad darbdaviai nėra patenkinti absolventų parengimo kokybę. Jie pasigenda teorinių praktinių, universalių žinių. Tai iš dalies paaiškina pakankamai žemą įsidarbinimo procentą pagal įgytą kvalifikaciją. Galima daryti išvadą, kad bendradarbiaujant su darbdaviais reikalinga tobulinti studijų programą, tai padėtų efektyviau prisitaikyti prie kintančių turizmo darbo rinkos poreikių. Apie nepakankamą žinių įgijimą studijų metu liudija, jog nemaža studentų dalis toliau studijuoja.

⁴⁵ Turizmo administravimas // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=65303S304&MIval=/Programa>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

⁴⁶ D. Kirvelienė. Šiaulių kolegijos turizmo administravimo studijų programos absolventų (2002 – 2004 m.) įsidarbinimo analizė ir perspektyvos // Profesinės studijos: realija ir praktika. 2005, Nr. 1, Šiauliai.

Galima aptari ir Utenos kolegijoje atliktą tyrimą, kurio metu apklausti turizmo įmonių darbdaviai. Išsiaiškinta, kad darbdaviai labiausiai vertina asmenines savybes kaip dėmesingumą klientui, kūrybingumą. Taip pat turizmo versle reikalinga mokėti užsienio kalbas, pakankamai turėti specialybinių žinių, kaip verslo organizavimas, psichologijos žinios. Pasigendama buhalterinių žinių⁴⁷. Šio tyrimo rezultatai parodo, kad darbdaviui svarbu absolvento asmeninės savybės, teorinės žinios. Į keliamus darbdavio reikalavimus būtina atsižvelgti tobulinant studijų programas. Tokiu būdu bus galima gerinti absolventų padėtį darbo rinkoje.

Apžvelgus universitetų ir kolegijų turizmo studijų programas, galima daryti išvadą, kad kolegijų studijų programos turizmo specialistams suteikia teorinių žinių ir praktinių įgūdžių, specializuojasi turizmo sektoriaus srityse. Jie gali dirbti turistines paslaugas teikiančiose įmonėse. Tuo tarpu universitetai ruošia plataus profilio specialistus, čia turizmas yra integruotas į kitas disciplinas. Pabaigę šias studijas absolventai daugiau orientuoti darbui viešojo sektoriaus įmonėse, organizacijose.

Remiantis kvalifikacijų aprašymais, galima apibrėžti reikalingas kompetencijas turizmo srities specialistams. Remiantis universitetų ir specialybių aprašymais galima matyti, kokios disciplinos dėstomos, kokių žinių ir įgūdžių įgyja studijų metu. Tačiau kaip parodo universitetų ir kolegijų tyrimai matyti, kad studijų programos nėra tobulos. Universitetų ir kolegijų programose, nurodoma, kad nemažai dėmesio skiriama specialybiniams, teoriniams dalykams, tačiau darbdavių apklausos rodo, kad būtent šių gebėjimų, žinių trūksta turizmo specialistams. Todėl reikalinga tobulinti praktikų organizavimą, daugiau dėmesio skirti asmeninių įgūdžių vystymui; daugiau bendradarbiauti su darbdaviais.

Išryškėja ir kita problema - nuoseklių tyrimų stoka, kurie galėtų padėti nustatyti turizmo sektoriaus rinkos galimybes. Anksčiau aptarti tyrimai parodo atskirų universitetų ir kolegijų turizmo kvalifikacijas įgijusių absolventų padėtį. Trūksta tyrimų, kurie identifikuoti pokyčius turizmo rinkoje, tam, kad būtų paruošti reikiami specialistai, kurie galėtų sėkmingai konkuruoti turizmo darbo rinkoje.

3.3. Turizmo specialistų tobulinimas

⁴⁷ Kaušylienė V. Narkūnienė R. Turizmo ir viešbučių administravimo specialybė studentų praktinių žinių formavimas Utenos kolegijoje // Respublikinė mokslinė-praktinė konferencija Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Kaunas:Kauno kolegija, 2004. P.50.

Turizmo sektoriuje, kaip ir kitose ūkio šakose vis didesnis dėmesys skiriamas žmogiškiesiems ištekliams. Šiame skyriuje bus apžvelgiamos turizmo specialistų tobulinimui skirtos programos.

Lietuvos turizmo plėtros politika suformuota ir pateikta Lietuvos ūkio (ekonominės) plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje. Aprašant žmogiškųjų išteklių vystymąsi, svarbi 2003 – 2006 metų nacionalinė turizmo plėtros programa, kurioje nemažai dėmesio skirta žmogikšjųjų išteklių plėtojimui.

Turizmo sektorių apibrėžančiuose strateginiuose dokumentuose teigiama, kad Lietuvos turizmo sektoriuje susiduriama su darbuotojų nepakankama kvalifikacija, gebėjimų dirbti rinkos sąlygomis. Turizmo plėtros 2003 – 2006 metų plėtros programoje kaip vieną iš pagrindinių turizmo sektoriaus silpnybių įvardijama nepakankama turizmo administravimo darbuotojų ir aptarnaujančiojo personalo kvalifikacija, todėl akcentuojama, kad būtina daugiau dėmesio skirti turizmo planavimui ir žmonių gebėjimų ugdymui savivaldybių lygiu⁴⁸.

Taip pat pabrėžiama, kad trūksta kompetentingų turizmo specialistų, rengiant turizmo plėtros programų ir galimybių studijas, investicinius projektus, įgyvendinant projektus ir jų kontrolę (ypač savivaldybėse). Ypatingai svarbūs yra aukštos kvalifikacijos darbuotojai, siekiant gauti ir efektyviai panaudoti ES struktūrinių fondų lėšas.

Bendrajame programavimo dokumente, akcentuojama, kad Lietuvos kultūrinis ir gamtinis potencialas yra didelis, tačiau nėra pakankamai išnaudojamas dėl nepakankamos turistų specialistų kvalifikacijos, taip pat pabrėžiama, kad naujai parengtiems specialistams trūksta praktinių žinių. Todėl būtina skirti didelį dėmesį mokymui turizmo sektoriuje, siekiant didinti užimtumo ir karjeros galimybes žemą ir vidutinę kvalifikaciją turintiems darbuotojams⁴⁹.

Nacionalinėje turizmo plėtros 2003 – 2006 metų programoje, vienas iš įvardintų prioritetinių uždavinių - *ugdyti turizmo sektoriuje žmonių gebėjimus*⁵⁰. Siekiant įgyvendinti šį uždavinį 2 lentelėje įvardijamos priemonės, jų įgyvendinimas, atsakingi vykdytojai bei vykdymo terminai.

⁴⁸ Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. gruodžio 18 d. nutarimas „Dėl nacionalinės turizmo plėtros 2003 – 2006 metų programos patvirtinimo“ // http://www.lrv.lt/teises_aktai/files/2003/12/1975.doc. prisijungimo laikas: 2006-10-02.

⁴⁹ Bendrasis programavimo dokumentas // http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD_turizm.doc. prisijungimo laikas: 2006-10-06.

⁵⁰ Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. gruodžio 18 d. nutarimas „Dėl nacionalinės turizmo plėtros 2003 – 2006 metų programos patvirtinimo“ // http://www.lrv.lt/teises_aktai/files/2003/12/1975.doc. prisijungimo laikas: 2006-10-02.

2 lentelė. Priemonių įgyvendinimas, siekiant ugdyti turizmo sektoriuje žmonių gebėjimus.

| PRIEMONĖS | PRIEMONIŲ ĮGYVENDINIMAS | | ATSAKINGI VYKDYTOJAI | VYKDYMO TERMINAI (METAI) |
|--|--|---|---|---|
| 1. Atlikti turizmo rekreacijos specialistų poreikio tyrimus; | Per Socialinės plėtros fondo lėšų finansuojamą projektą „Nacionalinės profesinio rengimo standartų sistemos plėtra“, kuriame šis tyrimas yra sudėtinė projekto dalis. | | Valstybinis turizmo departamentas, socialinės apsaugos ir darbo ministerija | Priemonė bus baigta įgyvendinti 2006 metais |
| 2. Atlikti profesinės kvalifikacijos vertinimą ir juo remiantis atnaujinti turizmo ir rekreacijos paslaugų specialistų rengimo profesinėse mokyklose, neuniversitetinėse aukštosiose mokyklose (kolegijose) ir universitetinėse aukštosiose mokyklose mokymo programas pagal tarptautinius reikalavimus. | Profesinio mokymo metodikos centro Centrinė ekspertų komisija įvertino šias atnaujintas turizmo ir rekreacijos paslaugų specialistų rengimo mokymo ir studijų programas: Viešbučių ir turizmo kompleksų darbuotojas; Kaimo turizmo darbuotojas Turizmo administravimas; Turizmo ir viešbučių administravimas; Turizmo ir viešbučių vadyba. | Įgyvendinant ES Socialinės plėtros fondo lėšomis finansuojamą projektą „Nacionalinės profesinio rengimo standartų sistemos plėtra“ 2006 metais bus atlikta turizmo sektorinė analizė bei parengti turizmo kvalifikacijų standartai, pagal kuriuos bus pertvarkomos mokymo ir studijų programos. | Švietimo ir mokslo ministerija, Valstybinis turizmo departamentas. | 2004 – 2006 metai |
| 3. Parengti naujas turizmo mokymo (metodikos) priemones; | Parengtas Turizmo terminų žodynas, kuris pateiktas aprobuoti Lietuvių kalbos komisijai. Žodynas planuojamas išleisti 2006 metais. | | Valstybinis turizmo departamentas, Švietimo ir mokslo ministerija. | 2004-2005 metai |
| 4. Parengti ir | Atsižvelgiant į tai, kad | | Ūkio ministerija. | 2005 metai |

| | | | |
|---|--|--|-----------------|
| patvirtinti turizmo žmogiškųjų išteklių plėtros koncepcija | įgyvendinant ES Socialinės plėtros fondo lėšomis finansuojamas projektas „Nacionalinės profesinio rengimo standartų sistemos plėtra“, kurio metu jau sprendžiami perspektyviniai turizmo specialistų rengimo klausimai, siūloma dėl šios priemonės vykdymo kreiptis į Vyriausybę dėl šios priemonės išbraukimo. Priemonė neįvykdyta. | Švietimo ir mokslo ministerija, Valstybinis turizmo departamentas. | |
| 5. Sukurti informavimo ir mokymo sistemą turizmo verslo subjektams ir savivaldybėms apie ES struktūrinių fondų panaudojimą turizmo plėtrai. | Parengtas projektas „Apskričių ir savivaldybių administracijų žmogiškųjų išteklių turizmo gebėjimų vystymas ir tobulinimas“ ir paraišką ES Struktūrinių fondų finansavimui gauti. Projekto vykdymui 2005 m. gautas 552 tūkst. Lt finansavimas. | Ūkio ministerija. Valstybinis turizmo departamentas. | 2004-2006 metai |

Šaltinis: Lentelė sudaryta remiantis VTD pateiktoje informacijoje apie Nacionalinės turizmo plėtros programos vykdymą 2005 metais // <http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/NTPPvykd%20%20inform%2006-04.doc>. prisijungimo laikas: 2006-11-08.

Pirmosios priemonės įgyvendinimas svarbus siekiant iširti turizmo specialistų poreikį bei reikalingas kompetencijas darbo rinkoje. Tai leistų efektyviau planuoti turizmo specialistų rengimą. Įgyvendinant antrąją priemonę, siekiama atnaujinti ir įvertinti studijų programas. Tai sudarytų realias galimybes mokymo įstaigoms efektyviau ruošti turizmo specialistus, kurie sugebėtų sėkmingiau integruotis turizmo darbo rinkoje.

Trečioji priemonė skirta parengti turizmo mokymo priemonėms. Reikia pastebėti, kad literatūros, kurioje būtų nagrinėjama Lietuvos turizmo industrija, turizmo ir rekreacijos problematika tikrai nėra daug mokymo priemonės. Mažai tikėtina, kad VTD parengtas Turizmo terminų žodynas išspręs šią problemą. Ketvirtoji priemonė pripažinta kaip netikslinga ir pasikartojanti pirmoje bei antroje priemonėje. Todėl žmogiškųjų išteklių plėtros koncepcija nėra kuriama.

Siekiant įgyvendinti penktąją priemonę, 2005 metais VTD pradėjo vykdyti projektą „Apskričių ir savivaldybių administracijų žmogiškųjų išteklių turizmo gebėjimų vystymas ir tobulinimas“. Šio projekto tikslas - kelti apskričių, savivaldybių administracijų bei turizmo informacijos centrų darbuotojų, atsakingų už turizmo planavimą regionuose, kvalifikaciją. vykdyti

mokymus ir kelti apskričių, savivaldybių administracijų bei turizmo informacijos centrų darbuotojų, atsakingų už turizmo planavimą regionuose, kvalifikaciją⁵¹. Šiame projekte per 17 mėnesių apmokami 150 dalyvių. Mokymams parinktos šio laikmečio aktualiausios turizmo specialistams temos: turizmo planavimas, turizmo vartotojų teisių apsauga, turizmo paslaugų kokybės vertinimas ir kontrolė bei turizmo rinkodaros ir įvaizdžio formavimas. Temas dėsto tos srities specialistai, turintys didelę dėstymo bei praktikos patirtį.⁵² Reikia pažymėti, kad tokie projektai padeda kurti kvalifikuotų turizmo planavimo specialistus galinčius prisitaikyti prie pokyčių. Tokių specialistų rengimas sąlygoja planingą ir sparčią turizmo plėtrą Lietuvoje.

Aptarus Nacionalinėje turizmo plėtros 2003 – 2006 metų programoje išsikelto prioritetinio uždavinio - ugdyti turizmo sektoriuje žmonių gebėjimus, 2005 metų priemonių įgyvendinimą, galima pastebėti, kad dėmesys skiriamas tobulinti turizmo specialistų ruošimą visose mokymo įstaigose bei vystyti apskričių ir savivaldybių turizmo darbuotojų gebėjimus.

Turizmo specialistų rengimo klausimai 2004 metais buvo išsamiai aptarti įvykusioje mokslinėje praktinėje konferencijoje „Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas“. Konferencijos metu buvo analizuojamos turizmo specialistų rengimo, turizmo darbuotojų kvalifikacijos tobulinimo, bendradarbiavimo tarp įvairių socialinių partnerių bei turizmo verslo aktualijos ir problemos⁵³.

Siekiant glaudesnio dialogo tarp Lietuvos turizmo plėtroje dalyvaujančių partnerių Lietuvos Respublikos ūkio ministerija ir Valstybinis turizmo departamentas 2006 metais inicijavo pirmąjį Lietuvos turizmo forumą. Siekiant spręsti forumo dalyvių įvardintus Lietuvos turizmo plėtrai išskeltus uždavinius bei įgyvendinti pasiūlymus, skirtus paspartinti turizmo plėtrą ir paslaugų kokybės gerinimą, vienas iš siūlymų buvo - plėtoti partnerystę tarp aukštųjų universitetinių mokyklų, kolegijų, profesinio rengimo mokyklų ir verslo, siekiant, kad būsimieji turizmo sektoriaus darbuotojai įgytų reikiamą kvalifikaciją ir įgūdžius, gebėtų praktiškai naudotis moderniomis informacinėmis technologijomis⁵⁴.

Nemažai turizmo sektoriuje dirbančių darbuotojų neturi kompetencijų, būtinų šiuolaikiniam turizmo verslui: nepakanka praktinių įgūdžių, tarptautinių bendravimo gebėjimų. Tuo tarpu

⁵¹ Apskričių ir savivaldybių administracijų žmogiškųjų išteklių turizmo gebėjimų vystymas ir tobulinimas // <http://www.tourism.lt/dom/lt.php>. prisijungimo laikas: 2006-10-15.

⁵² Informacinis pranešimas 2005 m. balandžio 26 d. „Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos pradeda vykdyti projektą, skirtą turizmo planavimo specialistų tobulinimui“ // http://www.tourism.lt/dom/lt.php/pages/informacinis_pranesimas_1_57. prisijungimo laikas: 2006-10-15.

⁵³ Ūkio ministerijos 2004 metų ataskaita // http://www.ukmin.lt/lt/nuorodos/leidiniai/ukmin_ataskaita_2004/58.html. prisijungimo laikas: 2006-10-08.

⁵⁴ Pirmojo Lietuvos turizmo forumo rezoliucija // <http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTD/FORUMO%20REZOLIUCIJA.doc>. prisijungimo laikas: 2006-10-02.

patrauklios šalies įvaizdžio, kaip turistinio objekto formavimas tiesiogiai susijęs su žmogiškųjų išteklių kokybe. Todėl svarbu, nuolatos tobulinti turizmo specialistų kvalifikaciją.

Žmogiškųjų išteklių vystymuisi plėtotis turizmo sektoriuje svarbią reikšmę turi Leonardo da Vinčio fondas. Tai institucija administruojanti ES programas ir projektus. Šios institucijos vykdomi mobilumo projektai skirti studentų, jaunų darbuotojų, profesijos mokytojų, instruktorių, įmonių personalo vadovų stažuotėms Europos šalyse⁵⁵.

2006 metų mobilumo projektų sąrašė yra projektų skirtų tobulinti turizmo sektoriaus darbuotojų kvalifikacijas. Galima išskirti šiuos projektus:

1. Darnusis turizmas – naujas požiūris į turizmo verslą Lietuvoje;
2. Svetingumo paslaugos įgūdžių ugdymas gerinant turizmo administravimo specialistų profesinio rengimo kokybę;
3. Europos patirtis Lietuvos aukštųjų mokyklų turizmo srities užsienio kalbų dėstytojams;
4. Turizmo specialistų profesinės užsienio kalbos gebėjimų tobulinimas⁵⁶.

Pabrėžtina, kad remiantis ES suteikiama parama, būtina daugiau kurti projektus, kurie būtų skirti tobulinti turizmo specialistų gebėjimus. Pavyzdžiui, 2006 metais Kauno kolegijos iniciatyva, remiantis Bendrojo programavimo dokumento priemone – „Mokymosi visą gyvenimą sąlygų plėtojimas“ buvo parengtas projektas „Tarptautinio lygmens kompetencijų užtikrinimas, rengiant turizmo ir viešbučių vadybos specialistus“, kurio metu rengiama tarptautinio lygio turizmo studijų programa⁵⁷.

Išvardinti projektai skirti kolegijų turizmo specialybių studentams ir dėstytojams. Jie suteikia galimybę užsienio šalyse tobulinti profesinius įgūdžius, įgyti papildomos kompetencijos.

Apibendrinus, galima daryti išvadą, jog pagrindiniuose turizmo dokumentuose yra apibrėžtos turizmo specialistų kvalifikacijų problemos, šių problemų sprendimo būdai, atsakingi vykdytojai bei vykdymo terminai. Didžiausias dėmesys skiriamas tobulinti turizmo specialistų ruošimą visose mokymo įstaigose bei vystyti apskričių ir savivaldybių turizmo darbuotojų gebėjimus. Tačiau kaip matyti, ne visos priemonės buvo sėkmingai įgyvendintos – nesukurta pakankamai mokymo priemonių, o žmogiškųjų išteklių plėtos koncepcija taip ir nebuvo pradėta kurti. Viešojo sektoriaus turizmo specialistų tobulinimui šiuo metu vykdoma viena programa, kuria siekiama turizmo specialistus išmokyti prisitaikyti prie kintančios aplinkos ir tokiu būdu efektyviau vykdyti pavestas

⁵⁵ Leonardo da Vinči fondas // <http://www.leonardo.lt/index.php?cid=19>. prisijungimo laikas: 2006-10-15.

⁵⁶ Leonardo da vinči finansuoti projektai 2006m. // <http://www.leonardo.lt/index.php?cid=28>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.

⁵⁷ Gera naujiena turizmo ir viešbučių vadybininkams // <http://www.kauko.lt/kaukas/informacija/spauda/2006-07-04.pdf>. prisijungimo laikas: 2006-12-14.

funkcijas. ES vykdomas programos keliama mokymo įstaigų darbuotojų kvalifikacija. Aukštųjų mokyklų dėstytojų kvalifikacija ir kompetencija turėtų užtikrinti teorinių ir praktinių žinių, numatytų dėstomų dalykų darbo programose, kvalifikuotą perteikimą studentams.

Taip pat labai svarbu palaikyti tarpusius ryšius tarp mokymo įstaigų, švietimo įstaigų, turizmo įmonių. Remiantis visapusišku bendradarbiavimu galimas studijų kokybės tobulinimas. Darbdavių poreikių analizė leistų aukštojo mokslo įstaigoms efektyviau ruošti turizmo specialistus. Trūksta nuolatinių absolventų ir darbdavių formalizuotų apklausų apie absolventų pasirengimą darbinei veiklai.

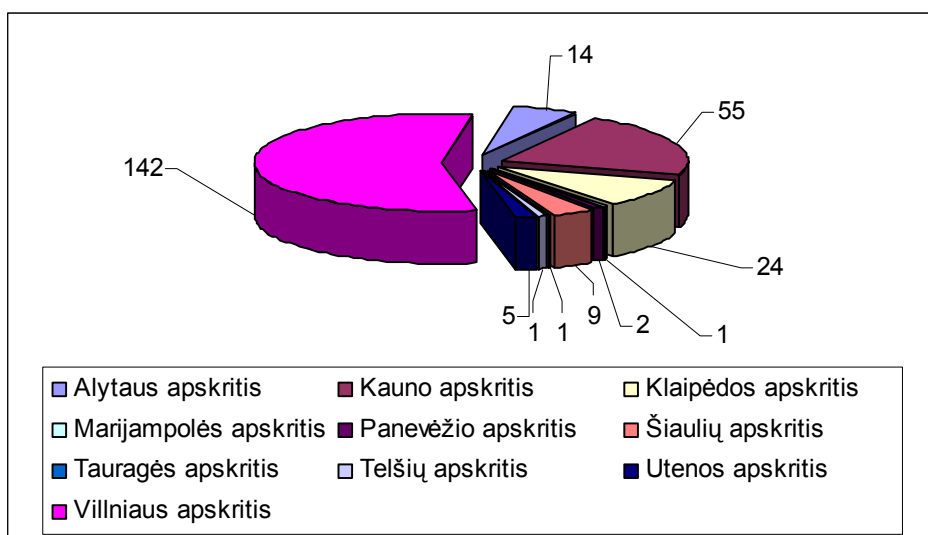
4. Turizmo specialistams keliami reikalavimai, Kauno kelionių organizatoriuose, agentūrose, turizmo informacijos centruose

4.1. Kauno miestas, kaip turistinis regionas

Remiantis Statistikos departamento duomenimis 2005 metais Valstybiniame turizmo paslaugų registre visose Lietuvos apskrityse buvo užsiregistruotos 254 turistinės įmonės (žr. 4 pav.). Pagal šių turistinių įmonių skaičių Lietuvos teritoriją galima padalinti į tris regionus:

1. Vilniaus apskritis - šiame regione yra įsikūrę daugiausia turistinių įmonių – 142.
2. Kauno, Klaipėdos, Alytaus apskritys – šiuose regionuose iš viso įsikūrusios 93 turistinės įmonės.
3. Kitos apskritys – šiuose regionuose įsikūrusios 19 turistinių įmonių.

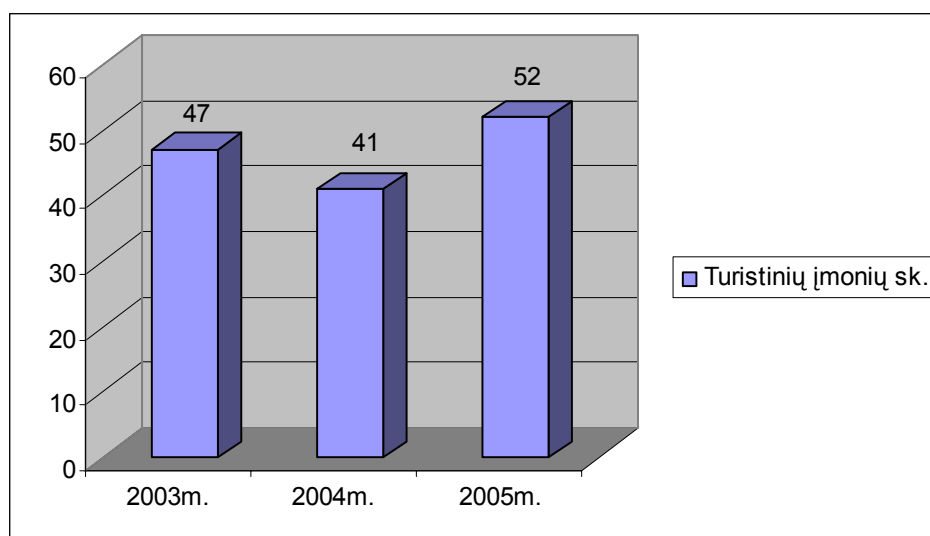
Šie skaičiai atspindi Lietuvoje vyraujančią turistinę potencialą. Matyti, jog turizmas labiausiai klesti Vilniuje. Nemažas susidomėjimas turizmu yra ir kituose didmiesčiuose Kaune, Klaipėdoje, Alytuje. Taigi absoliuti dauguma įmonių įsikūrusios Lietuvos didžiuosiuose miestuose. Reikia pažymėti, kad mažesniuose Lietuvos miestuose turistinių įmonių skaičius yra labai mažas, matomas didelis skirtumas tarp didelių ir mažesnių miestų. Čia įsikūrusios tik keletas turistinių įmonių. Taigi turistinių įmonių skaičius apskrityse, mums leidžia susidaryti bendrą vaizdą apie turizmo galimybes atskiruose regionuose.



4 pav. Turistinių įmonių skaičius apskrityse 2005 metais

Šaltinis: sudaryta pagal „Turizmas Lietuvoje 2005 metais“, Lietuvos Statistikos departamentas. Vilnius, 2006.

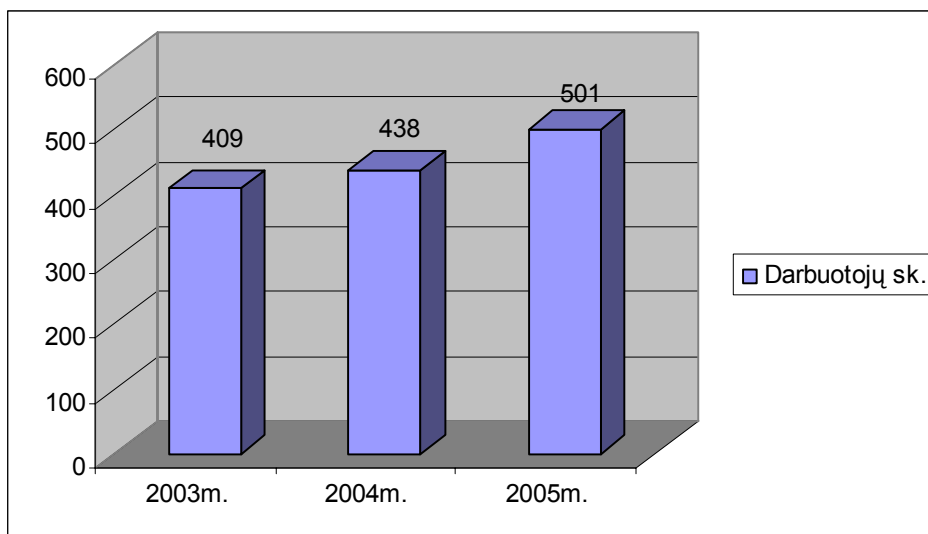
Kaunas pagal Lietuvoje įsikūrusių turistinių įmonių skaičių yra antras. 2005 metais Kauno mieste buvo įsikūrusios 52 turistinės įmonės, o tai sudaro 20% visų Lietuvos turistinių įmonių. 5 diagramoje galima matyti, kad Kaune turistinių įmonių skaičius lyginant su 2003 metais išaugo 10%. Tai įrodo, kad turizmo sektorius Kaune plečiasi.



5 pav. **Turistinių įmonių skaičius Kauno mieste 2003 – 2005 metais**

Šaltinis: sudaryta pagal „Turizmas Lietuvoje 2005 metais“, Lietuvos Statistikos departamentas. Vilnius, 2006.

6 paveikslėlyje pateikiami Kauno turizmo įmonėse darbuotojų skaičiaus kaita. Matyti, kad kiekvienais metais didėjant turistinių įmonių skaičiui, didėja ir darbuotojų skaičius turistinėse įmonėse. 2003 – 2005 metų laikotarpyje šis skaičius išaugo 18%. Šis turizmo specialistų skaičiaus didėjimas įrodo, kad šios srities specialistams turi būti rodomas didesnis dėmesys, nes nuo jų kvalifikacijos priklauso sėkmingi turizmo produkto pardavimai, kurie yra vieni iš įtakojančių veiksnių turizmo plėtrai.



6 pav. Darbuotojų skaičius turizmo įmonėse Kauno mieste 2003 – 2005 metais

Šaltinis: sudaryta pagal „Turizmas Lietuvoje 2005 metais“, Lietuvos Statistikos departamentas. Vilnius, 2006.

Apibendrinant, galima teigti, kad Kaune turizmo sektorius sparčiai plėtojasi. Išvykstamasis, atvykstamasis turizmas organizuojamas per Kauno turistines įmones vis populiarėja. Kiekvienais metais šių turistų skaičius didėja. Vietinis turizmas Kaune taip pat pakankamai greitai vystosi. Tačiau labiausiai Kaune yra išvystytas išvykstamasis turizmas.

4.2. Tyrimo analizė

Darbo tyrime buvo apklaustos Kaune įsikūrusios turistinės įmonės. Pagrindinė šio regiono pasirinkimo priežastis – Kaunas laikomas vienu iš pagrindinių turizmo centrų, kuriame yra didžiausias turizmo potencialas.

Tyrimo pagrindinis tikslas – išsiaiškinti, kokius reikalavimus turizmo sektoriaus specialistams kelia darbdaviai.

Tyrimo metodas. Siekiant apklausti turizmo įmonių darbdavius buvo pasirinktas tyrimo metodas – anketinė apklausa, kuriai atlikti buvo sudarytas specialus klausimynas (žr. 1 priedas). Šis metodas pasirinktas todėl, kad jo pagalba galima gauti išsamią kiekybinę informaciją. Anketa sudaryta iš 15 kombinuotų klausimų, derinant uždaros (13 klausimų), atviros (2 klausimai) formos klausimus. Darbdaviai galėjo pažymėti ne daugiau kaip 3 atsakymus. Siekiant, kad respondentas

galėtų kuo plačiau išreikšti savo nuomonę, prie kiekvieno klausimo buvo paliktas galimas respondento atsakymo variantas.

Surinktų duomenų analizė remiasi aprašomąja statistika. Diagramos bei lentelės yra sudarytos „MS Exel“ programos pagalba.

Tyrimo tikslinė grupė. Atrinktai respondentų grupei anketos buvo išdalintos asmeniškai arba išsiųstos elektroniniu paštu, siekiant, kad į anketos klausimus atsakytų kuo aukštesnes pareigas užimantys vadovai. Atliekant tyrimą norėta, kad jog į pateiktos anketos klausimus atsakytų apklaustų įmonių personalo padalinio ar įmonės vadovas, kuris tiesiogiai atsakingas už įmonės personalo formavimą. Šiuo tyrimu siekta gauti kokybinius duomenis.

Tyrimas buvo atliktas 2006 metų rugsėjo – spalio mėnesiais.

Remiantis Valstybinio turizmo duomenimis, turizmo paslaugų registre Kaune įregistruotos 44 kelionių organizatoriai, 30 kelionių agentūrų⁵⁸. Tačiau tyrimo eigoje išaiškėjo, jog šie duomenys nėra tikslūs. Kai kurių turistinių įmonių adresai pasikartojo kelis kartus. Todėl, galima teigti, jog Kaune kelionių organizatorių yra 31; kelionių agentūrų – 14 (iš jų 3 turizmo informacijos centrai). Šio tyrimo metu pavyko apklausti 35 Kauno miesto turistinėse įmonėse dirbančius asmenis, kurie atsakingi už personalo formavimą. Šiuo tyrimu siekta ištirti ne visos Lietuvos, o tik Kauno miesto turistines įmones.

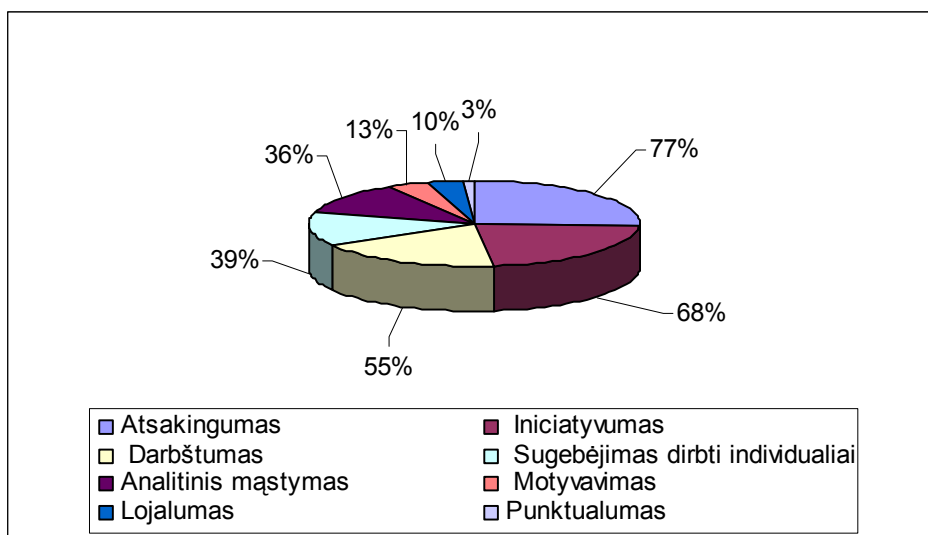
Autorės nuomone, tyrimas yra aktualus tuo, kad siekiant sukurti ir parduoti turizmo produktą, paketą reikalingi kvalifikuoti specialistai. Siekiant efektyviau paruošti šių sričių specialistus reikalinga išsiaiškinti, kokių žinių, įgūdžių, gebėjimų, kompetencijų, asmeninių savybių reikia turizmo srities darbuotojams.

4.2.1. Tyrimo rezultatų aptarimas

Šiuolaikinėmis ekonomikos sąlygomis darbdaviams, absolvento asmeninės savybės, yra vienodai svarbios, kaip ir profesiniai įgūdžiai bei kvalifikacija. Todėl pirmuoju klausimu siekta išsiaiškinti, kokios asmeninės savybės privalomos absolventui.

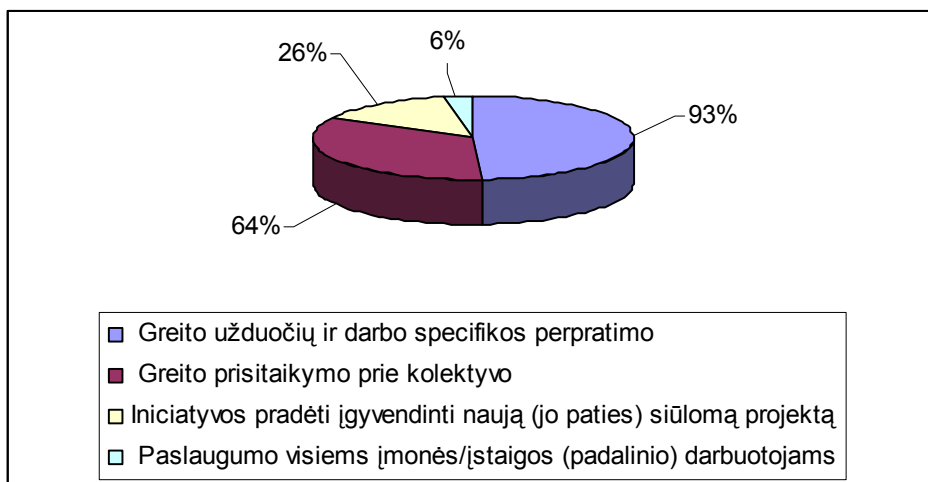
⁵⁸ Turizmo paslaugų teikėjai, įregistruoti turizmo paslaugų registre // <http://turreg.tourism.lt:81/website/tp/viewer.htm>. prisijungimo laikas: 2006-09-26.

Kaip matyti iš 7 paveikslėlio turizmo įmonių darbdaviai, kaip svarbiausias asmenines savybes darbuotojui išskyrė atsakingumą (77%), iniciatyvumą (68%). Darbštumą, kaip vieną iš svarbiausių darbuotojo asmeninių savybių, paminėjo 55%, sugebėjimą dirbti individualiai 39%, analitinį mąstymą – 36% darbdavių. Visas šias įvardintas savybes galima laikyti svarbiausias turizmo įmonėse dirbantiems specialistams. Turizmo įmonių darbdavių teigimu mažiau svarbios darbuotojų savybės – motyvacija (13%) ir lojalumas (10%). Punktualumą įvardijo tik 3% visų apklaustųjų. Galima daryti išvadą, kad darbdaviui svarbu ne tik absolvento profesinės žinios, bet ir asmeninės savybės. Norima, kad absolventas būtų atsakingas, iniciatyvus, gebėtų dirbti savarankiškai, turėtų analitinį mąstymą.



7 pav. Darbdavių nuomonė apie darbuotojų svarbiausias asmenines savybes

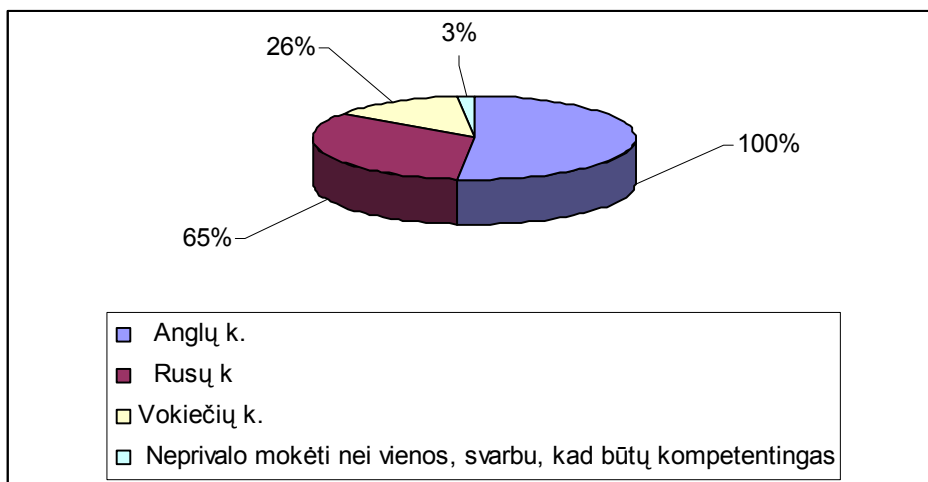
Antruoju anketos klausimu norėta išsiaiškinta, ko tikimasi iš ką tik studijas baigusio absolvento. Iš pateikto 8 paveikslėlio matyti, kad dauguma darbdavių (93% atsakiusių) iš absolvento tikisi greito užduočių ir darbo specifikos perpratimo. 64% darbdavių teigė, kad absolventas turėtų greitai prisitaikyti prie kolektyvo. 26% apklaustųjų norėtų, kad absolventas rodytų iniciatyvą, pradėdant įgyvendinti naują (jo paties) siūlomą projektą. Ir tik 6% darbdavių tikisi, absolvento paslaugumo visiems įmonės/įstaigos (padalinio) darbuotojams. Pažymėtina, kad vienos įmonės atstovas nurodė, kad iš absolvento tikisi individualaus darbo.



8 pav. Darbdavių nuomonė apie tai ko tikimasi iš neseniai įsidarbinusio darbuotojo

Taigi, kaip matyti iš darbdavių atsakymų (žr. 8 pav.), tikimasi, kad naujai atėjęs darbuotojas greitai prisitaikys prie darbo specifikos ir kolektyvo. Tikėtina, kad absolventui greičiau adaptuotis naujoje darbo aplinkoje leistų pakankamas teorinių žinių turėjimas bei praktinis pasirengimas.

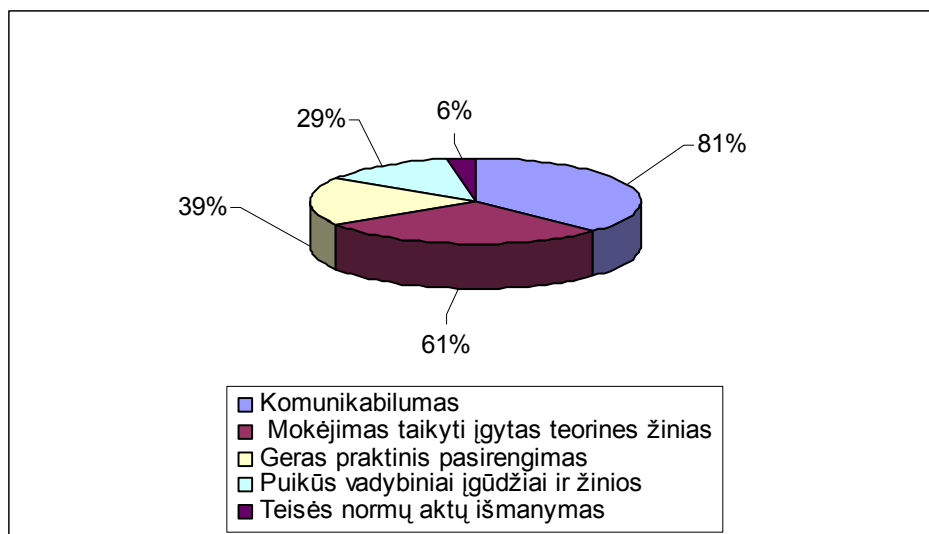
Trečiuoju anketos klausimu turizmo įmonių (darbdavių) atstovai buvo paprašyti pažymėti, kokią užsienio kalbą privalo mokėti darbuotojas. Šiuo klausimu buvo siekta išsiaiškinti, ar reikalinga mokėti užsienio kalbas; ar nebūtina mokėti jokios užsienio kalbos, tai yra, svarbiausia kad darbuotojas būtų kompetetingas. Kaip matyti iš pateikto 9 paveikslėlio, visi darbdaviai (100%), nurodė, kad reikalinga mokėti anglų kalbą, daugiau nei pusė apklaustųjų (65%) nurodė, kad būtina žinoti rusų kalbą. Remiantis darbdavių nuomone, matyti, kad mažiau svarbu yra mokėti vokiečių kalbą (26%). Tik 3% respondentų paminėjo, kad darbuotojas neprivalo mokėti nei vienos kalbos, svarbu, kad būtų kompetetingas. Įdomu tai, kad nei vienas iš darbdavių nepaminėjo, kad reikalinga prancūzų kalba. 2 turizmo įmonių darbdavių atstovų akcentavo, kad kalbos mokėjimo reikalingumas priklauso nuo užimamų pareigų.



9 pav. Darbdavių nuomonė apie privalomas mokėti užsienio kalbas

Išanalizavus darbdavių nuomones apie užsienio kalbas, galima daryti prielaidą, kad užsienio kalbos mokėjimas yra privalomas turizmo specialistui (ypatingai anglų kalba). Užsienio kalbų mokėjimas leidžia lengviau bendrauti su užsienio partneriais, užsienio turistais. Tai suteikia bendravimo pagrindą, skatinantį atvirumą kitoms tautoms, jų kultūrai. Taip pat užsienio kalbos žinojimas padeda naudotis įvairiais informacijos šaltiniais užsienio kalba. Svarbiausia yra mokėti anglų, rusų, vokiečių kalbas.

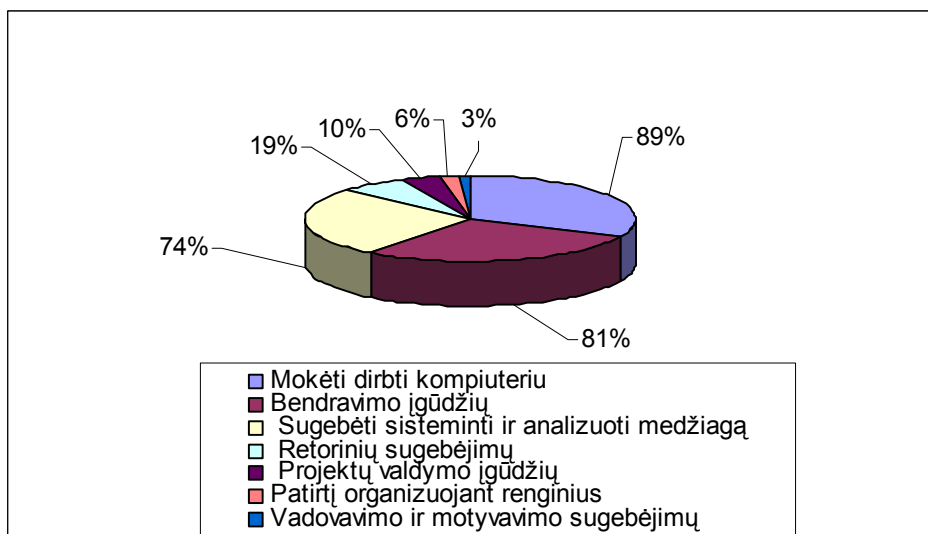
Ketvirtuoju klausimu siekta išsiaiškinti, kokios žinios reikalingos turizmo specialistui (žr. 10 pav.). 81% respondentų teigė, kad svarbiausia, jog naujai pradėjęs dirbti darbuotojas turėtų būti komunikabilus – gebėti suprasti, ko klientas iš tiesų nori, tik tokiu būdu bus galima visapusiškai patenkinti jo lūkesčius. Daugiau nei pusė apklausoje dalyvavusių respondentų (61%) teigė, kad svarbu mokėti taikyti įgytas teorines žinias darbe. Pastebėta, kad absolventai, baigę turizmo studijas, turi pakankamai teorinių žinių apie turizmą, tačiau dauguma absolventų sudėtinga pritaikyti savo kvalifikacinius sugebėjimus, įgytus universitetuose. Trečdalis apklaustųjų įvardijo – gerą praktinį pasirengimą (39%). Tai leidžia darbuotojui greičiau prisitaikyti prie naujos darbo vietos. 29% turizmo įmonių darbdavių teigė, kad absolventui reikalingi puikūs vadybiniai įgūdžiai ir žinios. Šios žinios absolventui padeda profesionaliau atlikti darbą. Ir tik 6% apklaustųjų įvardijo, kad reikalinga teisės normų aktų išmanymas.



10 pav. Darbdavių nuomonė apie būtinas žinias, neseniai pradėjusiam dirbti darbuotojui

Respondentų atsakymai įrodo, kad turizmo specialistui svarbiausia komunikabilumas, nes jis savo žinias perduoda tiesiogiai bendraudamas su užsakovais bei klientais. Dauguma darbdavių yra svarbu, kad naujas darbuotojas ne tik turėtų teorinių žinių, bet ir jas sugebėtų taikyti atliekant jam pavestas užduotis.

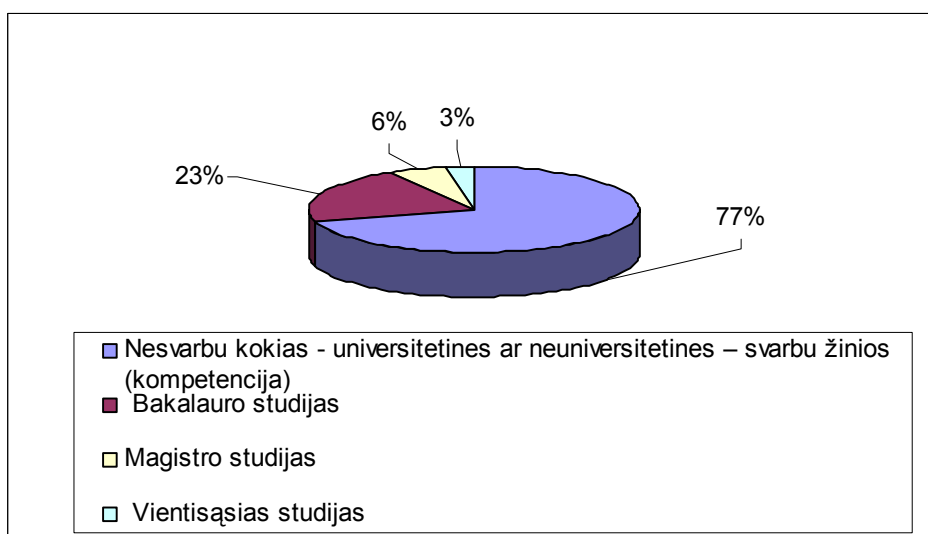
Penktuoju klausimu siekiama išsiaiškinti, kokius įgūdžius privalo turėti darbuotojas (žr. 11 pav.). Daugumos darbdavių nuomone, labiausiai vertinami mokėjimas dirbti kompiuteriu (89%) bei bendravimo įgūdžiai (81%). Savaiame suprantama, kad kompiuterinis raštingumas yra privalomas, nes elektroninių laiškų priėmimas, atsakymas bei skirstymas, informacijos paieška internete, kontaktų užmezgimas, dokumentų rašymas, projektų rašymas, bilietų rezervavimas, kitų paslaugų užsakymas vyksta kompiuterio pagalba. Žinant, kaip bendrauti su klientu, galima tikėtis sėkmingo turizmo paslaugų pardavimo. Taip pat didelė dalis darbdavių (74%) teigė, kad svarbu gebėti sisteminti ir analizuoti medžiagą. Mažiau reikšmingi tokie įgūdžiai, kaip retoriniai sugebėjimai (19%), projektų valdymo įgūdžiai (10%), patirtis organizuojant renginius (6%), vadovavimo ir motyvavimo sugebėjimai (3%).



11 pav. Darbdavių nuomonė apie tai, kokius įgūdžius privalo turėti darbuotojas

Iš pateiktų darbdavių atsakymų, galima daryti prielaidą, jog svarbiausia, kad absolventas mokėtų dirbti kompiuteriu, gebėtų sėkmingai bendrauti su klientais bei sisteminti ir analizuoti medžiagą.

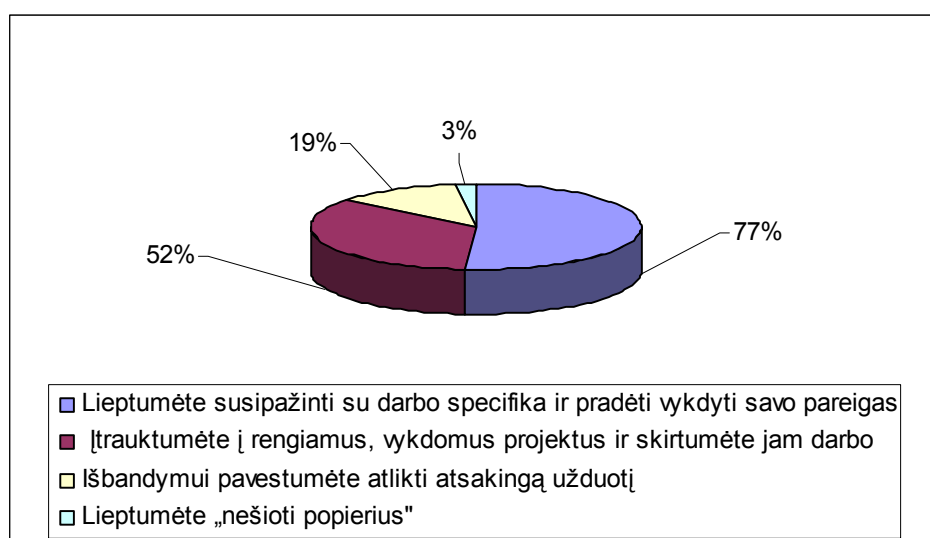
I šeštąjį anketos klausimą apie tai, kokias studijas turi būti baigęs darbuotojas, didžioji dalis (79%) visų respondentų atsakė, kad nėra svarbu universitetines ar neuniversitetines studijas yra baigęs darbuotojas, svarbu jo žinios (kompetencija). 23% darbdavių pageidauja, kad darbuotojas būtų baigęs bakalauro studijas, 6% magistro studijas, 3% –vientisąsias studijas (žr. 12 pav.).



12 pav. Darbdavių nuomonė apie tai, kokias studijas turi būti baigęs darbuotojas

Galima daryti prielaidą, kad darbdaviui nėra svarbiausia, ar absolventas yra baigęs universitetą ar kolegiją, svarbiausia yra darbuotojo asmeninės savybės, sugebėjimas prisitaikyti prie naujos darbo aplinkos, kalbų mokėjimas.

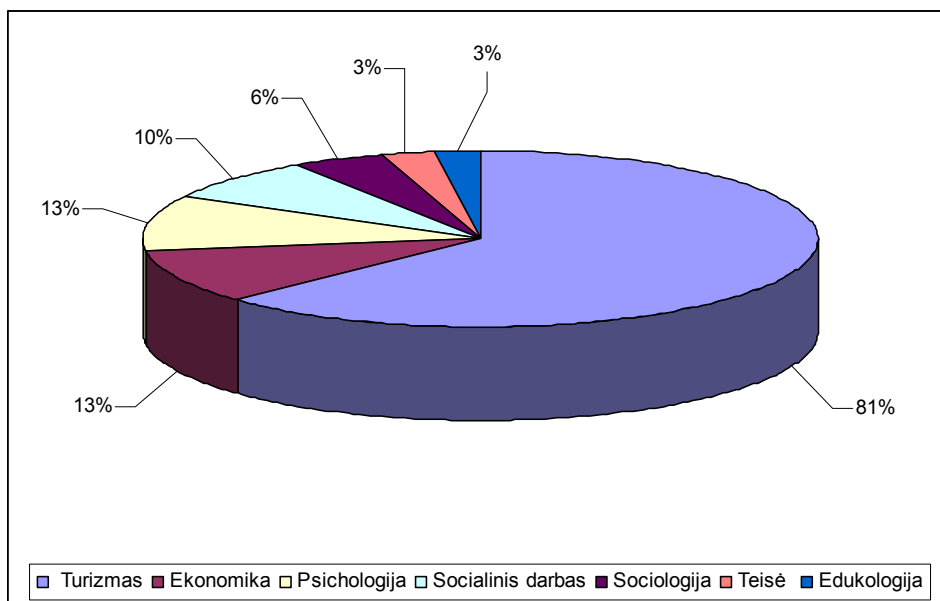
Septintuoju klausimu siekta išsiaiškinti, kokias užduotis darbdavys pavestų atlikti naujam darbuotojui (žr. 13 pav.). 77% apklaustųjų darbdavių teigė, kad pirmiausia lieptų susipažinti su darbo specifiška ir pradėti vykdyti savo pareigas. 52% darbdavių įtrauktų į rengiamus, vykdomus projektus ir skirtų darbą. Nedaug darbdavių (19%) ryžtųsi naujam darbuotojui iš karto atlikti atsakingą užduotį. Ir tik 3% darbdavių lieptų „nešioti popierius“.



13 pav. Darbdavių nuomonė apie darbus, kuriuos pavestų atlikti naujam darbuotojui

Pagal pateiktus respondentų atsakymus, galima daryti išvadą, kad dauguma darbdavių nelinkę naujai pradėjusiam dirbti darbuotojui liepti „nešioti „popierių“, bet ir nepaskirtų vykdyti atsakingų užduočių. Pirmiausia darbuotojui leistų adaptuotis naujoje darbo aplinkoje – susipažinti su darbo pobūdžiu ir pradėti vykdyti tiesiogines savo pareigas.

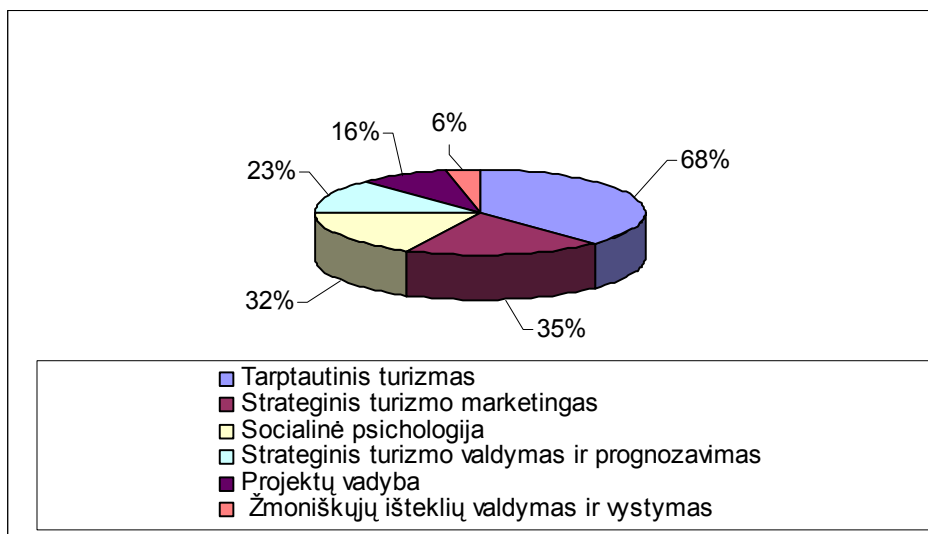
Aštuntuoju anketos klausimu buvo norima sužinoti, kokias studijų programas turėtų būti baigę turizmo specialistai (žr. 14 pav.). Kaip matyti iš diagramos dauguma darbdavių nurodė, kad svarbu būti baigusiam turizmo programą (81%). Kitos programos, kurias galėjo pasirinkti darbdaviai, nebuvo tokios svarbios: psichologiją ir ekonomiką įvardijo 13%, socialinį darbą - 10%, sociologiją 6%, teisę ir edukologiją paminėjo 3% darbdavių.



14 pav. Darbdavių nuomonė apie studijų programas, kurias privalo būti baigęs naujasis darbuotojas

Taigi matyti, kad siekiant įsidarbinti turizmo įmonėje svarbu būti baigus turizmo studijų programą. Tai galima paaiškinti tuo, jog ši programa tiesiogiai siejasi su būsimu turizmo specialistų darbu.

Aštuntuoju (a) klausimu siekiama sužinoti turizmo įmonių darbdavių nuomonę apie darbuotojui reikalingas specialiąsias disciplinas (žr. 15 pav.). Daugiau nei pusė visų apklaustų respondentų teigė, kad svarbiausia būti išklausiusiam tarptautinio turizmo discipliną (68%). Tai galima paaiškinti tuo, jog Lietuvoje daugiausia turistinių įmonių užsiima tarptautiniu turizmu, kuris vis auga. Trečdalis apklaustų darbdavių įvardijo strateginio turizmo marketingo (35%), socialinės psichologijos (32%) disciplinų svarbą. Susipažinę su strateginio turizmo marketingo disciplina, darbuotojas gali profesionaliau parengti turizmo įmonės planą, organzuoti marketingo tyrimus, numatyti įmonės marketingo planą. Tuo tarpu socialinės psichologijos disciplina supažindina su žmonių bendravimu ir konfliktus. Tai leidžia formuoti turizmo specialisto bendravimo ir bendradarbiavimo įgūdžius. 23% darbdavių teigė, kad svarbi strateginis turizmo valdymo ir prognozavimo disciplina. Ši studijų programa leidžia efektyviau organizuoti įmonės veiklą. Projektų vadybą, kaip svarbią discipliną paminėjo 16% respondentų. Šios disciplinos žinojimas leidžia geriau organizuoti projektų inicijavimą ir integravimą organizacijoje, sėkmingiau formuoti ir vadovauti projekto komandai. 6% darbdavių teigė, kad svarbu žmoniškųjų išteklių valdymas ir vystymas.

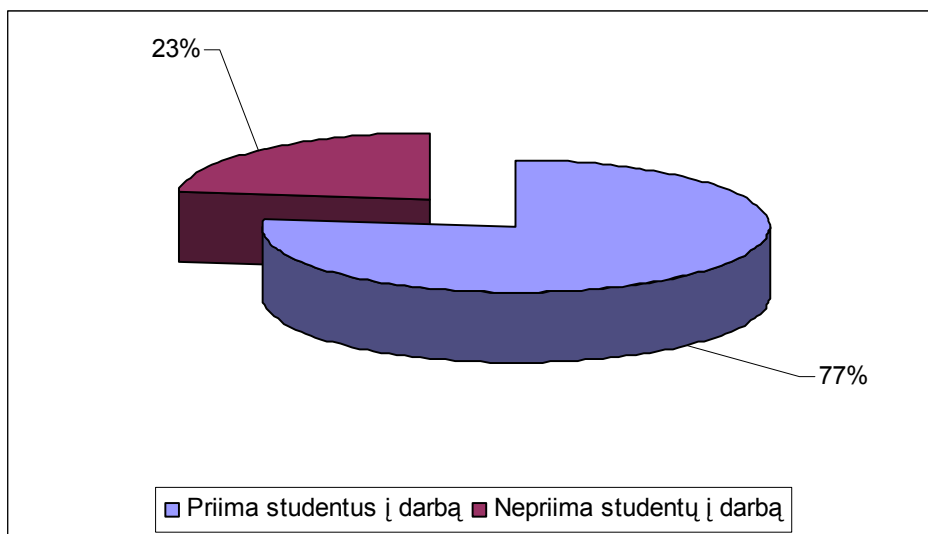


15 pav. Darbdavių nuomonė apie tai, kokias disciplinasturi būti studijavęs darbuotojas

Apibendrinus darbdavių nuomones, galima daryti prielaidą, kad labiausiai vertinami darbuotojai susipažinę su tarptautinio turizmo disciplina. Taip pat yra svarbu, jog darbuotojas turizmo įmonėje sugebėtų strategiškai kurti, valdyti ir prognozuoti.

Devintas darbo anketos klausimas buvo atviras, siekiant, kad darbdaviai patys galėtų įvardinti, kokių specialistų jų įmonėje labiausiai trūksta. Tačiau reikia pažymėti, kad daugiau nei pusė visų respondentų (66%) į šį klausimą neatsakė, todėl objektyvių išvadų, kokių specialistų trūksta turizmo srityje negalima pateikti. Tie darbdaviai, kurie atsakė į šį klausimą, tarp labiausiai trūkstamų darbuotojų įvardijo vokiečių kalbos specialistus, redaktorių, marketingo, komercijos, turizmo planavimo, projektų vadybos specialistus, sociologus, aviabilietų vadybininkus.

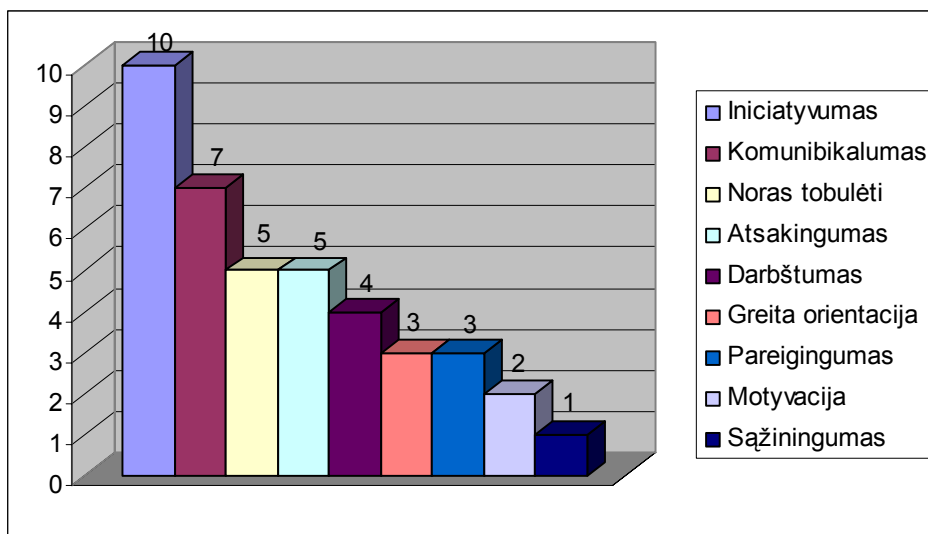
Dešimtuoju klausimu norima sužinoti, ar studentai yra priimami dirbti turizmo įmonėse ir jeigu priimami, tai kokie reikalavimai jiems keliami (šiuo atveju patys darbdaviai galėjo įrašyti studentui keliamus reikalavimus). Kaip matyti iš 16 paveikslėlio, didžioji dauguma darbdavių (77%) teigė, kad studentus priima į darbą. Tik 23% apklaustųjų nurodė, kad studentai jų įmonėse į darbą nepriimami.



16 pav. **Kaip dažnai į darbą priimami studentai**

Galima daryti prielaidą, kad dauguma darbdavių priima studentus į darbą. Žinoma labai svarbu yra studento asmeninės savybės, gebėjimai, kurie padeda studentui studijų metu gauti darbą pagal specialybę. Reikia pažymėti, kad darbdaviai, kaip svarbiausią kriterijų studentui, įvardijo jo asmenines savybes – iniciatyvumą, komunikabilumą, sąžiningumą, darbštumą, atsakingumą. Taip pat dalis darbdavių paminėjo, jog svarbu teorinės žinios turizmo srityje, studento studijų krypties poreikis įmonei, gebėjimas derinti darbą su mokslais. Kai kurie darbdaviai teigė, kad studentai priimami praktikai ir nuo jų kokybiškos praktikos atlikimo priklauso ar darbdaviai įdarbina studentą savo įmonėje. Tai yra naudinga įmonei, nes jie atsirenka tinkamus darbuotojus.

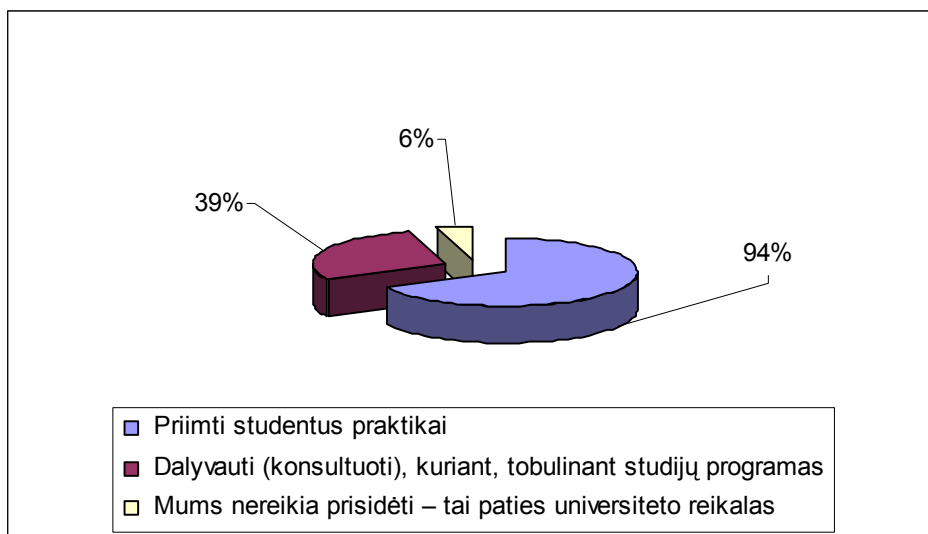
Vienuoliktą atvirą darbo anketos klausimą darbdaviai akcentavo, kad tolimesnes naujojo darbuotojo karjeros galimybes nulemia darbuotojo iniciatyvumas, šią savybę paminėjo 10 darbdavių, komunikabilumą įvardino 7 darbdaviai, norą tobulėti ir atsakingumą 5, darbštumą 4, greitą orientaciją ir pareigingumą 3, motyvaciją 2 darbdaviai, sąžiningumą 1 darbdavys.



17 pav. Svarbiausios absolvento savybės nulemiančios jo tolimesnes karjeros galimybes

Išanalizavus darbdavių pateiktus atsakymus galima daryti prielaidas, kad tolimesnę karjerą turizmo įmonėje nulemia darbuotojo asmeninės savybės bei įgūdžiai. Svarbiausia, kad absolventas rodytų iniciatyvą, norą dirbti, būtų komunibikalus, atsakingas.

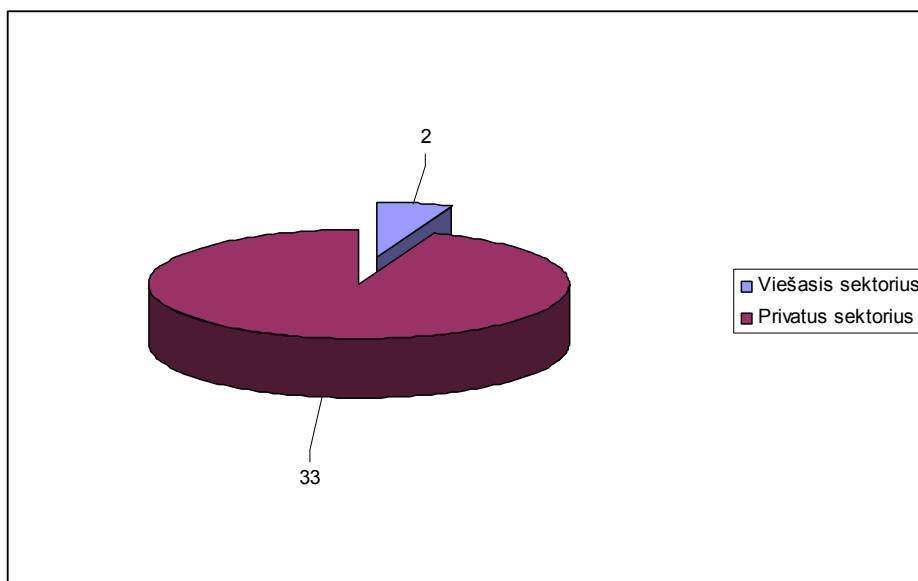
Dvyliktuoju klausimu siekta išsiaiškinti turizmo įmonių darbdavių pozicijas dėl bendradarbiavimo su universitetais, tobulinant turizmo specialistų rengimą. Kaip matyti iš 18 paveikslėlio, dauguma darbdavių norėtų prisidėti prie turizmo specialistų ruošimo. Net 94% apklaustųjų atstovų mano, kad jie galėtų prisidėti priimdami į praktiką studentus, mažiau nei pusė apklaustųjų 45% teigė, kad ruošiant specialistų rengimą galėtų dalyvauti (konsultuoti) kuriant, tobulinat studijų programas. Ir tik 7% darbdavių teigė, kad jiems nereikia prisidėti prie turizmo specialistų ruošimo – tai paties universiteto reikalas. Vienas turistinės įmonės atstovas pabrėžė, kad galėtų atvykti į universitetą skaityti „svečio paskaitų“, kuriose studentai galėtų būti supažindinami su praktika bei jų reikalavimais.



18 pav. **Pagrindinės priemonės, kurios galėtų padėti paruošti turizmo specialistus**

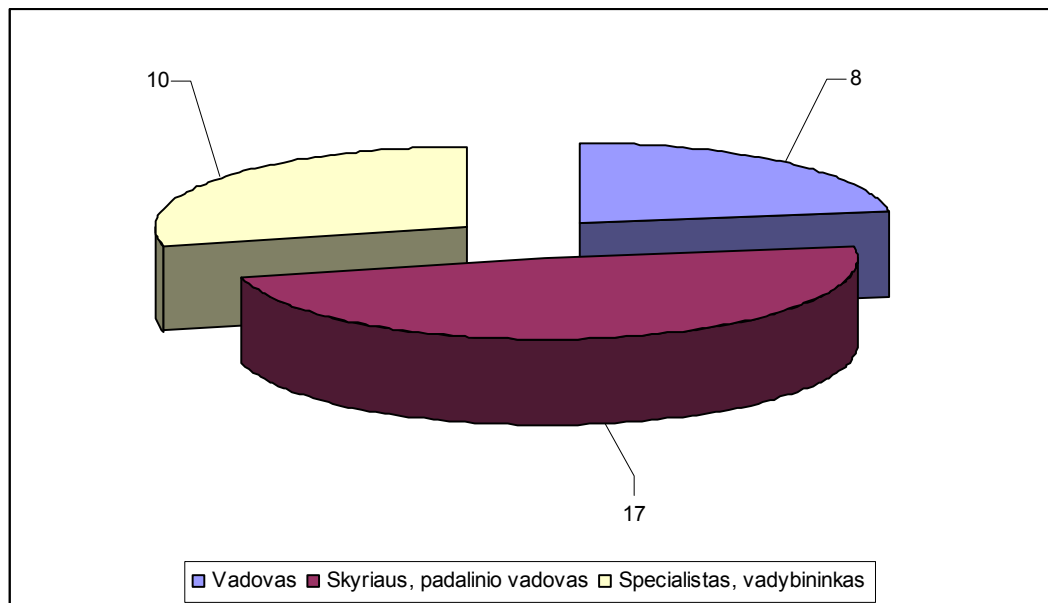
Šie darbdavių atsakymai leidžia daryti prielaidą, kad dauguma apklaustų turistinių įmonių vadovų linkę prisidėti prie efektyvesnio turizmo specialistų rengimo, priimdami studentus praktikai, dalyvaudami studentų programų ruošime. Akivaizdu, jog yra pakankamai daug šiais klausimais besidominčių darbdavių.

Tryliktoju anketos klausimu siekta išsiaiškinti, kokiame sektoriuje respondentai dirba. Iš 19 paveikslėlio matyti, jog 2 darbdavių atstovai dirba viešajame sektoriuje, tai TIC darbdavių atstovai. Kiti apklausti darbdaviai dirba privačiajame sektoriuje.



19 pav. **Respondentų pasiskirstymas pagal sektorius**

Keturioliktuoju anketos klausimu norėta sužinoti, kokias pareigas užima apklausti respondentai (žr. 20 pav.). Daugiausia pavyko apklausti skyriaus, padalinio vadovus (17 respondentų), 10 respondentų save įvardijo kaip specialistą, vadybininką. 8 respondentai užima įmonės vadovo pareigas.



20 pav. Respondentų pareigos

Apibendrinus tyrimo rezultatus galima daryti išvadas:

1. remiantis darbdavių atsakymais, galima apibrėžti pagrindinius reikalavimus, keliamus turizmo specialistams:

- ❖ asmeninės savybės – atsakingumas, iniciatyvumas;
- ❖ greito užduočių ir darbo specifikos perpratimas;
- ❖ mokėti anglų, rusų, vokiečių kalbas;
- ❖ komunikabilumas; bendravimo įgūdžiai;
- ❖ sugebėti teorines žinias taikyti praktikoje;
- ❖ mokėti dirbti kompiuteriu;
- ❖ kompetencija;
- ❖ būti baigusiam turizmo programą, išklaususiam tarptautinio turizmo, strateginio turizmo programas.

Gauti tyrimo rezultatai tik patvirtina, kad aukštosios mokyklos ruošdamos turizmo specialistus turi mokyti ne tik profesinės kvalifikacijos. Siekiant ugdyti besimokančių studentų praktinius gebėjimus bei asmenines savybes, kartu su teoriniais specialybės dalykais, daugiau dėmesio būtina skirti kalbų mokymui, mokant bendravimo, darbo grupėje pagrindų. Reikia ugdyti rimtą požiūrį į darbą, motyvaciją, atsakingumą, pareiškumą, sąžiningumą, iniciatyvumą, nes būtent šios savybės nulemia darbuotojo tolimesnes karjeros galimybes turizmo įmonėje.

2. Atliktas tyrimas parodė, kad tikslinga skatinti bendradarbiavimą tarp universitetų ir darbdavių. Galima teigti, kad turizmo įmonių darbdaviai nori prisidėti prie turizmo specialistų ruošimo. Tai rodo, kad dauguma turistinių įmonių darbdavių linkę priimti studentus praktikai, taip pat teigiamai žiūri į dalyvavimą kuriant ir konsultuojant, tobulinant studijų programas, tai įtakoja geresnį kvalifikacinį turizmo specialistų parengimą darbo rinkai.

IŠVADOS

1. Turizmas – viena svarbiausių ūkio šakų, kuri įtakoja ekonominį, socialinį bei kultūrinį šalies gyvenimą. Lietuvoje turizmas laikomas sparčiai augančiu ir reikšmingu ūkio sektoriumi. Plečiantis turizmo sektoriui Lietuvoje, didėja turistines paslaugas teikiančių įmonių skaičius, tuo pačiu auga kvalifikuotų turizmo specialistų poreikis. Žmogiškieji išteklių turizmo sektoriuje tampa vis svarbesni. Profesionalūs turizmo specialistai įtakoja išaugusių profesionalių turizmo įmonių teikiamų paslaugų lygį ir įvairovę, taip pat įgalina konkuruoti su geriausiomis užsienio turizmo įmonėmis.
2. Kelionės organizavimo ir turizmo informacijos paslaugas teikia kelionių organizatoriai, kelionių agentūros, turizmo informacijos centrai. Šių turistinių firmų veiklos sritys apibrėžia turizmo specialistų pagrindines darbo funkcijas, kurios parodo, kad turizmo specialistas privalo būti kompetetingas visose veiklos srityse - jis atstovauja organizacijai, kaip tarpininkas tarp turistinių paslaugų teikėjų ir vartotojų. Taigi, didelę reikšmę kokybiško turizmo produkto sukūrimui, turistų poreikių ir lūkesčių patenkinimui turi turizmo sektoriaus specialistų darbas.
3. Įgyti turizmo specialistams keliamus kvalifikacinius reikalavimus padeda aukštojo mokslo studijos, kurios vykdomos univertetuose ir kolegijose. Kolegijų studijų programos turizmo specialistams suteikia teorinių praktinių žinių, jie specializuojasi turizmo sektoriaus srityse. Tuo tarpu universitetai paruošia plataus profilio specialistus, čia turizmas yra integruotas į kitas disciplinas.
4. Tačiau susiduriama su aiškia problema – nėra žinoma, kokių kompetencijų ir žinių turizmo sektoriuje darbdaviai pasigenda iš absolventų. Būtina identifikuoti pokyčius turizmo rinkoje tam, kad būtų paruošti reikiami specialistai, kurie galėtų sėkmingai konkuruoti darbo rinkoje.

5. Siekiant efektyviau ruošti turizmo specialistus, Kauno miesto turistinėse įmonėse buvo atliktas tyrimas, kurio metu išsiaiškinta kokių žinių, kompetencijų, įgūdžių reikia turizmo srities darbuotojams.
6. Gauti tyrimo rezultatai parodė, kad turizmo įmonių darbdaviai (turizmo agentūrų, turizmo organizacijų, turizmo informacijos centrų) labiausiai vertina turizmo specialistų asmenines savybes – atsakingumą, iniciatyvumą; komunikabilumą, bendravimo įgūdžius; mokėjimą dirbti kompiuteriu; kompetenciją.
7. Remiantis tyrimo rezultatais, galima teigti, kad darbo pradžioje išsikelta hipotezė iš dalies pasitvirtino. Absolvento žinios, gebėjimai, įgūdžiai kompetencijos ir asmeninės savybės atitinka turizmo įmonių darbdavių keliamus reikalavimus.
8. Kartu su teoriniais, praktiniais specialybės dalykais daugiau dėmesio būtina skirti kalbų mokymui, mokant bendravimo, reikia ugdyti rimtą požiūrį į darbą, motyvaciją, atsakingumą, pareiškumą, sąžiningumą, iniciatyvumą.
9. Turizmo sektorių apibrėžiančiuose strateginiuose dokumentuose, akcentuojamas kompetentingų turizmo specialistų trūkumas, apibrėžiamos priemonės, jų įgyvendinimas, kurios turėtų spręsti šią problemą. Tačiau ne visos priemonės buvo sėkmingai įgyvendintos, šiuo metu turizmo specialistų tobulinimui skirta tik viena programa, todėl jiems turėtų būti skiriamas didesnis dėmesys. Tai leistų efektyviau ruošti ir tobulinti turizmo specialistų kvalifikaciją.

REKOMENDACIJOS

1. Sparti turizmo sektoriaus plėtra sąlygojo ryškius pastarųjų metų pokyčius turizmo pramonėje. Tai įtakojo ir pokyčius turizmo darbo rinkoje. Reikalingi profesionalūs, imlūs naujovėms ir turinčių daugiau universalių gebėjimų turizmo specialistai. Todėl mokymo įstaigos, rengiančios turizmo specialistus turėtų daugiau dėmesio skirti:
 - a. analitinio, sisteminio, kūrybinio mąstymo, gebėjimo dirbti komandoje, komunikabilumo įgūdžių bei asmeninių savybių kaip savarankiškumas, atsakingumas, iniciatyvumas ugdymui;
 - b. itin svarbu praktinio darbo patirtis. Ilgesnis praktikos atlikimas leistų geriau įsisavinti darbo specifiką ir tai sąlygotų geresnį darbo kokybės atlikimą;
 - c. bendradarbiaujant su potencialiais darbdaviais nuolat atnaujinti mokymo programas, kurios padėtų lengviau integruotis turizmo darbo rinkoje;
 - d. Nuoseklių tyrimų atlikimui. Mokymo įstaigos turėtų plėtoti savarankiškus savo rengiamų specialistų poreikio tyrimus, reguliariai atlikti absolventų ir darbdavių apklausas, kurios leistų sužinoti apie absolventų pasirengimą profesinei veiklai.

2. Didesnį dėmesį skirti turizmo specialistų tobulinimui, ypač viešajame sektoriuje dirbančių šios srities specialistams. Efektyvios turizmo specialistų tobulinimo programos padėtų kurti kvalifikuotų turizmo specialistus galinčius prisitaikyti prie pokyčių. Tai būtų viena iš pagrindinių veiksmų sąlygojančių sparčią turizmo plėtrą Lietuvoje.

LITERATŪRA

1. Apskričių ir savivaldybių administracijų žmogiškųjų išteklių turizmo gebėjimų vystymas ir tobulinimas // <http://www.tourism.lt/dom/lt.php>.
1. Armantienė A. Junevičienė O. Grecevičius P. ir kt. Turizmas. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras, 2002.
2. Baltrėnienė Z. Dėdinskienė S. Pociūtė B. ir kt. Profesinės karjeros vadovas. Vilnius: Solertija, 1998.
3. Bendrasis programavimo dokumentas 2004 – 2006 metai // http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD_turizm.doc.
4. Geografija // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61206P101&MIval=/Programma.html>.
5. Gera naujiena turizmo ir viešbučių vadybininkams // <http://www.kauko.lt/kaukas/informacija/spauda/2006-07-04.pdf>.
6. Informacinis pranešimas 2005 m. balandžio 26 d. „Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos pradeda vykdyti projektą, skirtą turizmo planavimo specialistų tobulinimui“ // http://www.tourism.lt/dom/lt.php/pages/informacinis_pranesimas_1_57.
7. Įstatymo dėl Pasaulio turizmo organizacijos įstatų ratifikavimo projekto// http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=217430.
8. Hopenienė R. Kamičaitytė A. Tolydi turizmo plėtra: konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. 2004, Nr. 29.
9. Kaušylienė V. Narkūnienė R. Turizmo ir viešbučių administravimo specialybės studentų praktinių įgūdžių formavimas Utenos kolegijoje // Respublikinė mokslinė – praktinė konferencija Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Kaunas: Kauno kolegija, 2004.
10. Kirvelienė D. Šiaulių kolegijos turizmo administravimo studijų programos absolventų (2002 – 2004 m.) įsidarbinimo analizė ir perspektyvos. // Profesinės studijos: realija ir praktika. 2005, Nr. 1. Šiauliai.
11. Kolegijos teiks profesinio bakalauro kvalifikacinį laipsnį // <http://www.smm.lt/naujienos/pranesimai.htm?id=1280>.

12. Kultūros istorija ir antropologija. // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61205H102&MIval=/Programma.html>.
13. Kvalifikaciniai reikalavimai kelionių operatoriams ir kelionių agento pažymėjimui gauti ir jo išdavimo tvarka// http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/ag_op.htm.
14. Latvėnienė V. Turizmo administravimo studijų programos turinio optimizavimas Šiaulių kolegijoje //Mokslo taikomieji tyrimai kolegijose. 2004, Nr. 1. Kaunas.
15. Laužackas R. Mokymo turinio projektavimas-standartai ir programos profesiniame rengime. Kaunas: VDU, 2000.
16. Laužackas R. Profesinio ugdymo turinio reforma: didaktiniai bruožai. Kaunas: Lietuvos Respublikos Švietimo ir mokslo ministerijos leidybos centras, 1997.
17. Laužackas R. Sistemoteorinės profesinio rengimo kaitos dimensijos. Kaunas, 1999.
18. Leonardo da Vinči fondas // <http://www.leonardo.lt/index.php?cid=19>.
19. Leonardo da vinči finansuoti projektai 2006m. // <http://www.leonardo.lt/index.php?cid=28>.
20. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas // Valstybės žinios. 2002, Nr. 123-5507.
21. Lietuvos Respublikos švietimo įstatymas//Valstybės žinios. 2003, Nr. 63-2853.
22. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. gruodžio 18 d. nutarimas „Dėl nacionalinės turizmo plėtros 2003 – 2006 metų programos patvirtinimo“ // http://www.lrv.lt/teises_aktai/files/2003/12/1975.doc.
23. Lietuvos turizmas Lietuvoje 2005 metais. Vilnius, 2006.
24. Ligeikienė R.A. Turizmo įmonės marketingo planavimas. Kaunas:Kauno kolegijos leidybos centras, 2005.P.24.
25. Ligeikienė R. A. Turizmo plėtra ir valdymas: daktaro dis. soc. mokslai: vadyba ir administravimas (03S)/VU.-K, 2003.
26. Navickas V. Malakauskaitė A. Turizmo paslaugų reprezentacija: pažangi užsienio šalių patirtis // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, 2006. Nr. 39. Kaunas: VDU.
27. Pasaulio turizmo organizacijos konferencijos „Europos Sąjungos plėtros poveikis turizmo raidai Europoje“ išvados // <http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/PTO%20isvados%20liet.doc>.
28. Pirmojo Lietuvos turizmo forumo rezoliucija // <http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTD/FORUMO%20REZOLIUCIJA.doc>
29. Specialistų konkurencingumas darbo rinkoje. II – oji dalis (ketvirtojo tyrimų etapo ataskaita) // http://www.smm.lt/smt/docs/spec_poreikis/2002_2.pdf 2002.

30. Stanaitis S. Turizmo specialistų rengimas derinyje su kitų specialybių programomis // Respublikinė mokslinė – praktinė konferencija Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Kaunas:Kauno kolegija, 2004.
31. Stulpinaitė J. Gido kvalifikacijos tobulinimo galimybės turizmo įmonėse//Individuali karjera-mokymosi visą gyvenimą proceso dalis, Šiauliai, 2004.
32. Svetikienė I. Turizmo marketingas. Vilnius: www.skaityk.lt, 2002.
33. Tourism: a big business for small businesses // http://ec.europa.eu/enterprise/library/ee_online/art05_en.htm.
34. Tourism 2020 vision // <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>.
35. Turizmas ir rekreacija // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61203S301&MIval=/Programma.html>.
36. Turizmo administravimas. // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=65303S304&MIval=/Programma>.
37. Turizmo administratorius rengimo standartas // <http://www.pmmc.lt/Standartai/Failai/TurAdnStand.doc>.
38. Turizmo ir sporto vadyba // <http://www.aikos.smm.lt/aikos/webdriver.exe?kalba=lt&kodas=61203S110&MIval=/Programma.html>.
39. Turizmo paslaugų teikėjai, įregistruoti turizmo paslaugų registre // <http://turreg.tourism.lt:81/website/tp/viewer.htm>.
40. Turizmo studijos // <http://www.tourism.lt/>.
41. Turizmo plėtotės strategija // <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>.
42. Turizmo administratoriaus rengimo standartas // <http://www.pmmc.lt/Standartai/Failai/TurAdnStand.doc>. 2000.
43. Turizmo plėtotės strategija // <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>.
44. Turizmo plėtos iki 2015 m. strategija // http://www.tourism.lt/nsv/index_veikla.html. 2002.
45. Valstybinio turizmo departamento direktoriaus 2001m. sausio 2d. įsakymas „Dėl kvalifikacinių reikalavimų gido kategorijai bei gido ir kelionių vadovo pažymėjimams gauti

- ir pažymėjimo išdavimo (panaikinimo) tvarkos patvirtinimo“//
http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/veda_akt.doc.
46. Valstybinio turizmo departamento pateikta informacija apie Nacionalinės turizmo plėtros programos vykdymą 2005 metais //
<http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/NTPPvykd%20%20inform%2006-04.doc>.
47. Ūkio ministerijos 2004 metų ataskaita //
http://www.ukmin.lt/lt/nuorodos/leidiniai/ukmin_ataskaita_2004/58.html.
48. Žalienė I. Sabaliauskaitė A. Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida. Kaunas: LKKA, 2002.

SANTRAUKA

Turizmas – vienas prioritetinių sektorių, skatinančių socialinę, kultūrinę, ekonominę pažangą. Tai atviros šalies įvaizdis, paslaugų sferos plėtojimas, geresnis šalies infrastruktūros naudojimas, ryšių su kitais ekonomikos sektoriais stiprinimas, darbo efektyvumo didinimas, naujų darbo vietų kūrimas.

Šiuo metu Lietuvoje sparčiai plečiasi turizmo sektorius, didėja turistines paslaugas teikiančių įmonių skaičius. Todėl kvalifikuotų šios rūšies specialistų poreikis taip pat didėja. Aštrėjanti konkurencija Lietuvos turizmo sektoriuje, skatina turizmo įmones vis didesnę dėmesį skirti turizmo rinkos vartotojų poreikių tenkinimui, siekti efektyvesnio turizmo produkto pardavimo. Kaip ir kitų paslaugų turizmo paslaugų kokybės pagrindiniu veiksniumi tampa profesionalūs darbo išteklių. Tačiau susiduriama su viena iš problemų – žmogiškųjų išteklių kvalifikacijos trūkumu.

Siekiant efektyviau ruošti turizmo specialistus, Kauno miesto turistinėse įmonėse buvo atliktas tyrimas, kuriuo norėta išsiaiškinti, kokių žinių, kompetencijų, įgūdžių reikia turizmo srityje dirbantiems. Gauti tyrimo rezultatai tik patvirtina, kad mokymo įstaigos, ruošdamos turizmo specialistus turi mokyti ne tik profesinės kvalifikacijos. Kartu su teoriniais specialybės dalykais, daugiau dėmesio būtina skirti kalbų mokymui, mokant bendravimo, reikia ugdyti rimtą požiūrį į darbą, motyvaciją, atsakingumą, pareiškumą, sąžiningumą, iniciatyvumą, nes būtent šios savybės nulemia darbuotojo tolimesnes karjeros galimybes turizmo įmonėje.

SUMMARY

Tourism is one of the sectors of highest priority, stimulating social, cultural, and economic progress. It forms the image of an open country, expands public services, permits to better use the infrastructure of a country, strengthens relations with other sectors of economy, increases the labour effectiveness, and creates new working places.

In today's Lithuania, the tourism sector is expanding with a great velocity; the number of enterprises giving services for tourists is rapidly increasing. Therefore, the need for specialists with qualifications in this field is increasing as well. The competition in Lithuanian tourism sector is getting more and more strained every day, forcing, thus, tourist companies to pay greater attention to the fulfilment of tourism market users' demands, to strive for the sell of tourist products in a more effective way. Just like in other fields of economy, the professional human resources show a tendency to play a key role in providing quality tourist services. Nevertheless, one problem still remains – the qualifications of human resources are not sufficient.

In pursuance of the objective to prepare tourism experts, it has been carried out a survey of tourist companies working in Kaunas City. The purpose of this survey was to establish what kind of knowledge, competence, skills are necessary for the people working in the sphere of tourism. The results have demonstrated that schools, which prepare tourism specialists, have to transfer to their students not only professional skills and theoretical knowledge of specialities but also teach them foreign languages, communication subtleties. It is very important, also, that schools form in their students serious outlook on work, motivation, responsibility, dutifulness, conscientiousness, initiative, because namely these features predetermine, in many cases, the possibilities of the worker of a tourist company to make his/her future career, as professional.

PRIEDAI

I priedas

Darbdavio anketa

Atliekamo tyrimo pagrindinis *tikslas* – išsiaiškinti darbdavių nuostatas dėl būsimų darbuotojų kompetencijų bei gebėjimų. Gauti duomenys bus apibendrinti ir panaudoti rašant magistro tezes.

Tyrimą atlieka Mykolo Romerio universiteto viešojo administravimo fakulteto savivaldos institucijų administravimo antro kurso magistrantė.

Anonimiškumas ir konfidencialumas garantuojami.

PASTABA: galite pasirinkti ne daugiau kaip 3 atsakymų į klausimą variantus ir juos pabraukti.

1. Kokias asmenines savybes, Jūsų nuomone, privalomos darbuotojui?

1. Iniciatyvumas.
2. Darbštumas.
3. Lojalumas.
4. Analitinis mąstymas.
5. Sugebėjimas dirbti individualiai.
6. Atsakingumas.
7. Punktualumas.
8. Motyvavimas.
9. Kita: _____

2. Ko tikimasi iš ką tik pradėjusio dirbti darbuotojo?

1. Greito prisitaikymo prie kolektyvo.
2. Greito užduočių ir darbo specifikos perpratimo.
3. Paslaugumo visiems įmonės/įstaigos (padalinio) darbuotojams.

4. Inicijatyvos pradėti įgyvendinti naują (jo paties) siūlomą projektą.

5. Kita: _____

3. Kokią užsienio kalbą (- as) privalo mokėti darbuotojas?

1. Neprivalo mokėti nei vienos, svarbu, kad būtų kompetentingas.

2. Anglų k.

3. Vokiečių k.

4. Rusų k.

5. Prancūzų k.

6. Kita: _____

4. Kokios žinios būtinos neseniai pradėjusiam dirbti darbuotojui?

1. Teisės normų aktų išmanymas.

2. Mokėjimas taikyti įgytas teorines žinias.

3. Geras praktinis pasirengimas.

4. Puikūs vadybiniai įgūdžiai ir žinios.

5. Komunikabilumas.

6. Kita: _____

5. Kokius įgūdžius turi turėti darbuotojas?

1. Bendravimo įgūdžių.

2. Retorinių sugebėjimų.

3. Mokėti dirbti kompiuteriu.

4. Sugebėti sisteminti ir analizuoti medžiagą.

5. Patirtį organizuojant renginius.

6. Projektų valdymo įgūdžių.

7. Vadovavimo ir motyvavimo sugebėjimų.

8. Kita: _____

6. Kokias studijas turi būti baigęs darbuotojas?

1. Bakalauro studijas.
2. Magistro studijas.
3. Vientisąsias studijas.
4. Nesvarbu kokias - universitetines ar neuniversitetines – svarbu žinios (kompetencija).
5. Kita: _____

7. Kokio pobūdžio darbus pavestumėte atlikti naujam darbuotojui iš pat pradžių?

1. Lieptumėte „nešioti popierius“.
2. Įtrauktumėte į rengiamus, vykdomus projektus ir skirtumėte jam darbo.
3. Lieptumėte susipažinti su darbo specifika ir pradėti vykdyti savo pareigas.
4. Išbandymui pavestumėte atlikti atsakingą užduotį.
5. Prašytumėte, kol „apsipras“, labai nesimaišyti.
6. Kita: _____

8. Kokią studijų programą turėtų būti baigęs naujasis darbuotojas?

1. Edukologiją.
2. Ekonomiką.
3. Psichologiją.
4. Socialinį darbą.
5. Sociologiją.
6. Teisę.
7. Teisę ir valdymą.
8. Turizmą.
9. Transporto teisę.
10. Kita: _____

8a. Jūsų nuomone, kokios specialias disciplinas, reikalingas Jūsų įmonės veiklai, turėtų būti studijavęs darbuotojas?

1. Tarptautinis turizmas.
2. Projektų vadyba.
3. Strateginis turizmo marketingas.
4. Strateginis turizmo valdymas ir prognozavimas.
5. Žmoniškųjų išteklių valdymas ir vystymas.
6. Socialinė psichologija.
- 7.

Kita _____

9. Kokių specialybių darbuotojų nepakanka?

10. Ar dažnai priimate į darbą studentus?

1. Ne, nepriimame.
2. Taip, priimame (nurodyti, svarbiausius kriterijus tokiam studentui): _____

11. Prašome įvardinti, kokios svarbiausios absolvento savybės nulemia jo tolimesnes karjeros galimybes įmonėje.

12. Kuo Jūs, kaip darbdavys, galėtumėte prisidėti, tobulinant specialistų rengimą aukštosiose mokyklose?

1. Dalyvauti (konsultuoti), kuriant, tobulinant studijų programas.

2. Priimti studentus praktikai.
 3. Mums nereikia prisidėti – tai paties universiteto reikalas.
 4. Kita _____
-

13. Kokiame sektoriuje Jūs dirbate?

1. Viešajame sektoriuje.
2. Privačiajame sektoriuje.

14. Kokias pareigas užimate?

1. Vadovo.
2. Skyriaus, padalinio vadovo.
3. Specialisto, vadybininko.
4. Kita _____

Ačiū už atsakymus!

Kvalifikaciniai reikalavimai, keliami turizmo specialistams

| Turizmo specialistas | Kvalifikaciniai reikalavimai |
|----------------------|--|
| Kelionių operatorius | <p>Žinoti turizmo administravimo teorijos pagrindus; Žinoti rinkos ekonomikos, turizmo paslaugų marketingo pagrindus; Būti susipažinus su turizmo teisės aktais; Žinoti Lietuvos ir pasaulio kelionių geografiją; Mokėti sudaryti turistinės kelionės maršrutus ir turizmo paslaugų paketus; Žinoti turizmo paslaugų paketų pardavimo principus; Mokėti reklamuoti turizmo paslaugas; Mokėti rinkti informaciją, naudotis informacijos šaltiniais; Mokėti sudaryti sutartis su turizmo paslaugų teikėjais paslaugų vartotojais; Mokėti tvarkyti turistinės kelionės dokumentaciją; Mokėti dirbti kompiuteriu; Mokėti valstybinę kalbą; Mokėti užsienio kalbą; Mokėti teikti pirmąją medicininę pagalbą; Žinoti profesinės etikos normas.</p> |
| Kelionių agentas | <p>Žinoti turizmo paslaugų marketingo pagrindus; Būti susipažinus su turizmo teisės aktais; Žinoti Lietuvos ir pasaulio kelionių geografiją; Mokėti parduoti kelionių organizavimo paslaugas; Žinoti įvairių tipų bilietų rašymo, pardavimo pagrindus; Žinoti aviabilietų ir kitų paslaugų rezervavimo sistema; Mokėti naudotis informacijos šaltiniais; Mokėti reklamuoti turizmo paslaugas; Mokėti dirbti kompiuteriu; Mokėti valstybinę kalbą; Mokėti užsienio kalbą; Mokėti teikti pirmąją medicininę pagalbą; Žinoti profesinės etikos normas⁵⁹.</p> |
| Gidas | <p>Žinoti Lietuvos istoriją, geografiją, kultūros paveldą; žinoti Lietuvos architektūros ir dailės istoriją; būti susipažinusi su pasaulio meno raida; būti susipažinusi su Lietuvos turizmo ištekiais,</p> |

⁵⁹ Kvalifikaciniai reikalavimai kelionių operatoriams ir kelionių agento pažymėjimui gauti ir jo išdavimo tvarka// http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/ag_op.htm.. prisijungimo laikas: 2006-10-06.

| | |
|--------------------------|---|
| | <p>lankytinomis vietomis ir objektais; žinoti ekskursijų ruošimo ir vedimo metodiką; žinoti retorikos bei oratorinio meno pagrindus; žinoti žmonių bendravimo psichologijos pagrindus; mokėti valstybinę kalbą; žinoti profesinės etikos normas; mokėti teikti pirmąją medicinos pagalbą.</p> |
| Kelionių vadovas | <p>Būti susipažinusi su turizmo teisės aktais; žinoti kelionės informacijos teikimo principus ir reikalavimus; mokėti tvarkyti turistinės kelionės dokumentaciją; žinoti žmonių bendravimo psichologijos pagrindus; mokėti valstybinę kalbą; žinoti profesinės etikos normas; mokėti teikti pirmąją medicinos pagalbą⁶⁰.</p> |
| Turizmo administratorius | <p>1. Įkuriant turizmo įmonę:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gebėti remtis Lietuvos Respublikos įstatymais ir poįstatyminiais aktais praktinėje veikloje; ▪ Mokėti parengti turizmo įmonės steigimo dokumentaciją; ▪ Mokėti sudaryti turizmo įmonės verslo planą; ▪ Žinoti ir įvertinti finansavimo šaltinius ir investicinę riziką; ▪ Gebėti taikyti bendruosius apskaitos principus. <p>2. Organizuojant turizmo įmonės (padalinio) darbą:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mokėti planuoti turizmo įmonės darbą remiantis turizmo administravimo teorija; ▪ Mokėti taikyti rinkos ekonomikos ir turizmo rinkodaros žinias; ▪ Mokėti rinkti, kaupti, apdoroti ir panaudoti informaciją; ▪ Mokėti organizuoti derybas; ▪ Mokėti sudaryti sutartis; ▪ Gebėti vadovauti personalui, spręsti organizacinius ir valdymo klausimus. <p>3. Aptarnaujant klientus:</p> |

⁶⁰ Valstybinio turizmo departamento direktoriaus 2001m. sausio 2d. įsakymas „Dėl kvalifikacinių reikalavimų gido kategorijai bei gido ir kelionių vadovo pažymėjimams gauti ir pažymėjimo išdavimo (panaikinimo) tvarkos patvirtinimo“//http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/veda_akt.doc. prisijungimo laikas: 2006-10-07.

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gebėti parengti svetingumo programą; ▪ Mokėti bendrauti su klientais įvertinant jų amžių, interesus, išsilavinimą ir kita. <p style="text-align: center;">4. Rengiant ir organizuojant turistines keliones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mokėti pritaikyti pasaulio ir Lietuvos kelionių geografijos ir istorijos žinias, pažinti turizmo išteklius; ▪ Mokėti parengti turistines keliones: sudaryti maršrutą, sąmatą, pateikti kelionės informaciją; ▪ Mokėti tvarkyti turistinės kelionės dokumentus. <p style="text-align: center;">5. Vadovaujant įvairių tipų kelionėms:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mokėti valstybinę kalbą; ▪ Mokėti užsienio kalbą; ▪ Sugebėti spręsti organizacinius klausimus; ▪ Mokėti teikti pirmąją medicinos pagalbą; ▪ Mokėti pasiręsti įvairiems turistiniams žygiams; ▪ Laikytis profesinės etikos ir bendravimo kultūros⁶¹. |
|--|---|

⁶¹ Turizmo administratorius rengimo standartas // <http://www.pmmc.lt/Standartai/Failai/TurAdnStand.doc>. prisijungimo laikas: 2006-10-13.