

HODNOTENIE VZDELÁVACÍCH POTRIEB ORGANIZÁCIÍ PÔSOBIACICH V CESTOVNOM RUCHU V RÁMCI KOŠICKÉHO KRAJA

Ing. Branislav Kršák, Ing. Alexandra Lippaiová, Ing. Marcela Taušová
Ústav podnikania a cestovného ruchu, Fakulta BERG, Technická Univerzita v Košiciach, Park
Komenského 19, 042 00 Košice
Slovensko
Branislav.Kršák@tuke.sk, Alexandra.Lippaiova@tuke.sk, Marcela.Tausova@tuke.sk

ABSTRACT

One of the factors needed for the real development of tourism is knowledge in which areas human resources needs to be strengthened. Within the framework of VEGA project at the end of the year 2005 was realised research study of kosice region tourism organizations educational needs. The following article will present results of this study.

1. Úvod

Súčasný náročný turbulentný prostredie vyžaduje sústavné zdokonaľovanie, prehľbovanie, prispôbovanie a rozvíjanie vzdelanostnej úrovne ľudí. Vzdelanosť patrí dnes k základným cieľom, ale zároveň aj k dôsledkom modernej spoločnosti. Základným zákonom podnikania súčasnosti je flexibilita a pripravenosť na zmeny. Flexibilitu podniku zabezpečia ľudia, ktorí sú pripravení na zmenu, akceptujú a podporujú ju. Je potrebné zabezpečiť, aby dynamika a štruktúra rozvoja pracovných schopností bola s predstihom v súlade s dynamikou a štruktúrou rozvoja podnikov, a aby pracovná sila bola schopná pružne reagovať na požiadavky a potenciálne možnosti trhu, ako i na potrebu neustáleho zdokonaľovania systému riadenia podnikového mechanizmu.

Existuje veľa dôvodov prečo sa podnik musí venovať vzdelávaniu a rozvoju svojich zamestnancov, ako napríklad:

- premenlivosť ľudských potrieb podmieňuje premenlivosť trhu tovarov a služieb, a to si vyžaduje pružné reakcie podnikov a pružnosť ich zamestnancov,
- výrazná orientácia na kvalitu produktov a na službu zákazníkov,
- zvyšuje sa premenlivosť podnikateľského prostredia, podnik ak chce uspieť, musí pružne reagovať na zmeny,
- intenzívny technický rozvoj prináša nové objavy, vznikajú nové technológie, často sa mení technika a technológia v podnikoch, t.j. pôvodné poznatky a zručnosti ľudí rýchlo zastarávajú,

- ľudia musia zvládnuť časté organizačné zmeny v podniku (rast podniku, rast objemu výroby),
- rozvoj informačných technológií a ich používanie v podniku,
- globalizácia a internacionalizácia hospodárskych aktivít a z toho vyplývajúca nevyhnutnosť pohybovať sa, podnikateľ a komunikovať v medzinárodnom prostredí,
- a iné.

Proces vzdelávania

Vlastný cyklus vzdelávania má štyri základné fázy:

1. identifikácia potreby vzdelávania,
2. plánovanie vzdelávania,
3. realizácia vzdelávacieho procesu,
4. vyhodnotenie účinnosti vzdelávacieho programu a použitých metód.

Oblasť cestovného ruchu

Cestovný ruch vo svete predstavuje jedno z najdynamickejších a rozvíjajúcich národohospodárskych odvetví. Vo väčšine vyspelých krajín prináša rozvoj CR značný ekonomický prínos. Je to odvetvie, ktoré predáva aj také tovary, ktoré sa inak neexportujú. Predáva služby, zhodnocuje prírodné krásy a na rozdiel od iných odvetví nie je náročný na suroviny, energetiku a nevyžaduje si dovoz.

Naša krajina má predpoklady na intenzívny rozvoj cestovného ruchu, no doteraz nie je tento potenciál využitý na dostatočnej úrovni. Daná situácia je do istej miery spôsobená vzdelanostnou nepripravenosťou zamestnancov pracujúcich v podnikoch tohto sektora.

2. Prieskum vzdelávacích potrieb

Vychádzajúc z týchto faktov sme na jeseň roku 2005 uskutočnili prieskum zameraný na identifikáciu vzdelávacích potrieb subjektov cestovného ruchu pôsobiacich v košickom kraji. Prieskum bol uskutočnený pomocou dotazníkovej metódy, kde z celkového počtu 400 dotazníkov bolo vyplnených 98 kusov, čo predstavuje 24,5 % návratnosť.

Prioritou prieskumu bolo posúdenie potrieb doplnkového vzdelávania pre zamestnancov organizácií z oblasti cestovného ruchu za účelom skvalitnenia poskytovaných služieb klientom prostredníctvom ich plnohodnotne vzdelaných zamestnancov. Skvalitnenie služieb jednotlivých organizácií prispieva k celkovej efektívnosti aktivít cestovného ruchu v celom košickom kraji.

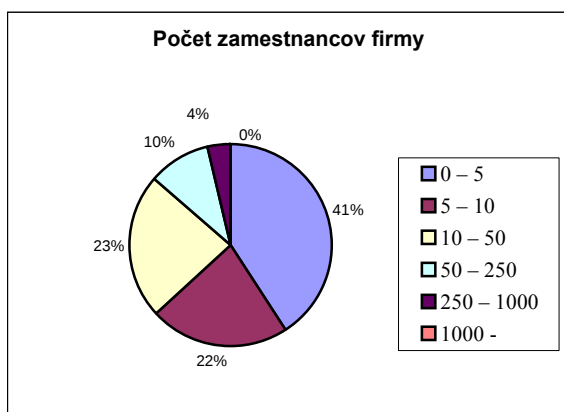
Výber organizácií cestovného ruchu bol zameraný na poskytovanie služieb prostredníctvom subjektov zabezpečujúcich sekundárne podmienky rozvoja cestovného ruchu v podobe rôznych ubytovacích, stravovacích a dopravných spoločností. Ďalšia oblasť výberu bola zameraná na rôzne verejno-právne, informačné a kultúrno-spoločenské zariadenia, ktorých zástupcami sú napríklad informačné centrá, cestovné kancelárie a agentúry, úrady verejnej správy zodpovedné za regionálny rozvoj, športovo-relaxačné a kultúrno-spoločenské organizácie. Medzi oslovenými organizáciami cestovného ruchu boli aj podniky poskytujúce servis a služby v rámci cestovného ruchu, ako napr. autopožičovne, obchodné centrá a remeselná výroba.

Odpovede z navrátených dotazníkov sme rozdelili do troch kategórií podľa všeobecnej cieľovej oblasti:

- **KATEGÓRIU 1**, ktorá poskytuje generalizované informácie o organizácii, ktorá nám zaslala vyplnený dotazník, ako aj informácie o konkrétnom respondentovi, ktorý mal kompetencie daný dotazník vyplniť.
- **KATEGÓRIU 2**, ktorá poskytuje informácie o predmete vzdelávania.
- **KATEGÓRIU 3**, ktorá zahŕňa základné informácie ohľadom technického a organizačného zabezpečenia vzdelávacieho kurzu.

KATEGÓRIA 1: Základné informácie o respondentovi a podniku CR

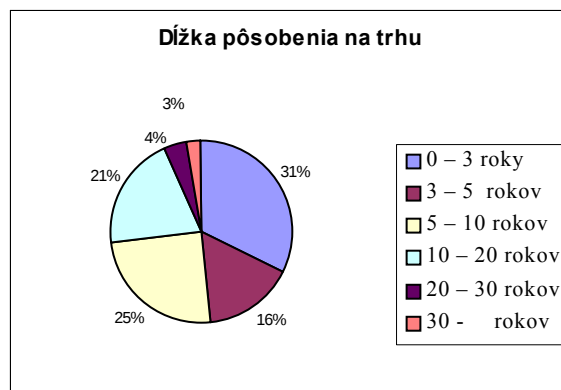
Najväčšiu skupinu organizácií cestovného ruchu tvorili organizácie s maximálne piatimi zamestnancami (graf č. 1) a s dobou pôsobenia na trhu do 3 rokov. Ďalšími dvoma rovnocennými skupinami sú organizácie, ktoré majú 5 až 10 a 10 až 50 zamestnancov.



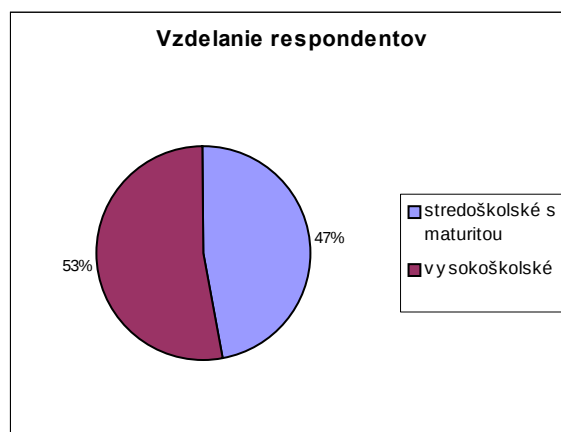
Graf č.1: Prehľad firiem podľa počtu zamestnancov

V intervale do 10 % sú to organizácie, ktoré majú viac ako 50 zamestnancov. Patria teda do kategórií malých až stredných podnikov.

V grafe č. 2 sú približne v rovnakom percentuálnom zastúpení 16-25 % podniky cestovného ruchu, ktoré pôsobia na trhu od 3 do 20 rokov, do 7 % organizácie s dĺžkou pôsobenia na trhu nad 20 rokov.

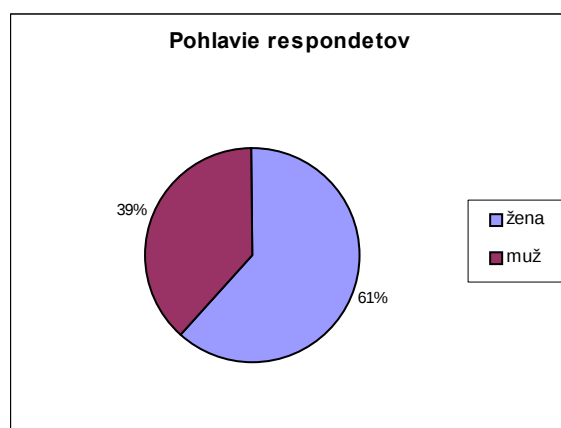


Graf č.2: Prehľad firiem podľa dĺžky pôsobenia na trhu



Graf č.3: Vzdelanostná štruktúra respondentov

Podľa grafu č. 3 a 4 respondenti – zamestnávateľia alebo prevádzkoví pracovníci s kompetenciami vyplniť dotazník boli prevažne zo 61 % ženy, v menšej miere 39 % muži. Obidve skupiny sú približne rovnomerne rozdelené na skupinu s dosiahnutým vzdelaním vysokoškolským a stredoškolským s maturitou.



Graf č.4: Štruktúra respondentov podľa pohlavia

KATEGÓRIA 2: Zadefinovanie predmetu vzdelávania

Nosnou otázkou dotazníkov boli predmety, v ktorých by si podľa mienky zamestnávateľov mali zamestnanci doplniť svoje teoretické aj praktické vedomosti. Z celkového počtu 51 predmetov (graf č.5) sa k najžiadanejším zaradilo týchto 11 predmetov: Anglický jazyk, Nemecký jazyk, Hotelierstvo, Ekonomika, Medziľudská komunikácia, Geografia CR, Kultúrne pamiatky, Marketing, Základné formy a služby, Legislatíva v CR, Základné počítačové zručnosti a Psychológia (graf č. 6).

Z toho vyplýva silná potreba jazykovej prípravy v aktívnej komunikácii a písomnom prejave pre zamestnancov v styku s klientom, ako aj s potenciálnym zahraničným partnerom.

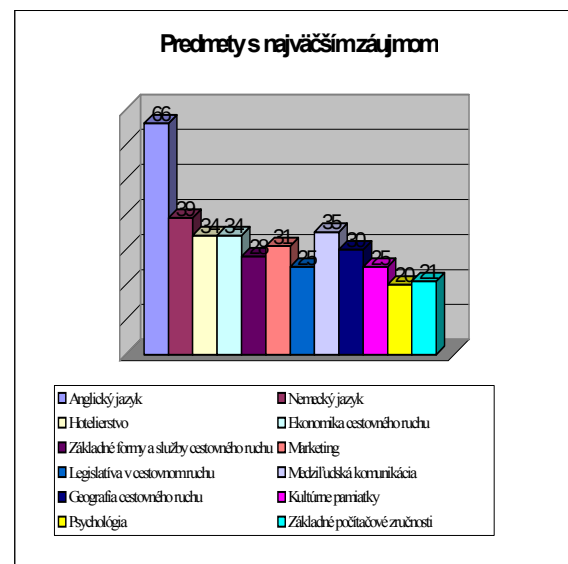
Ďalšou dôležitou skupinou sú predmety z oblasti cestovného ruchu, ako sú marketing, ekonomika, hotelierstvo, základné formy a služby cestovného ruchu, ktoré by z hľadiska teoretických vedomostí mohli byť následne prakticky aplikované v systéme činnosti podniku cestovného ruchu.

Skupinou všeobecných vedomostí z oblasti jednotlivých regionálnych atraktivít sa zaoberajú predmety geografia cestovného ruchu a kultúrne a technické pamiatky.

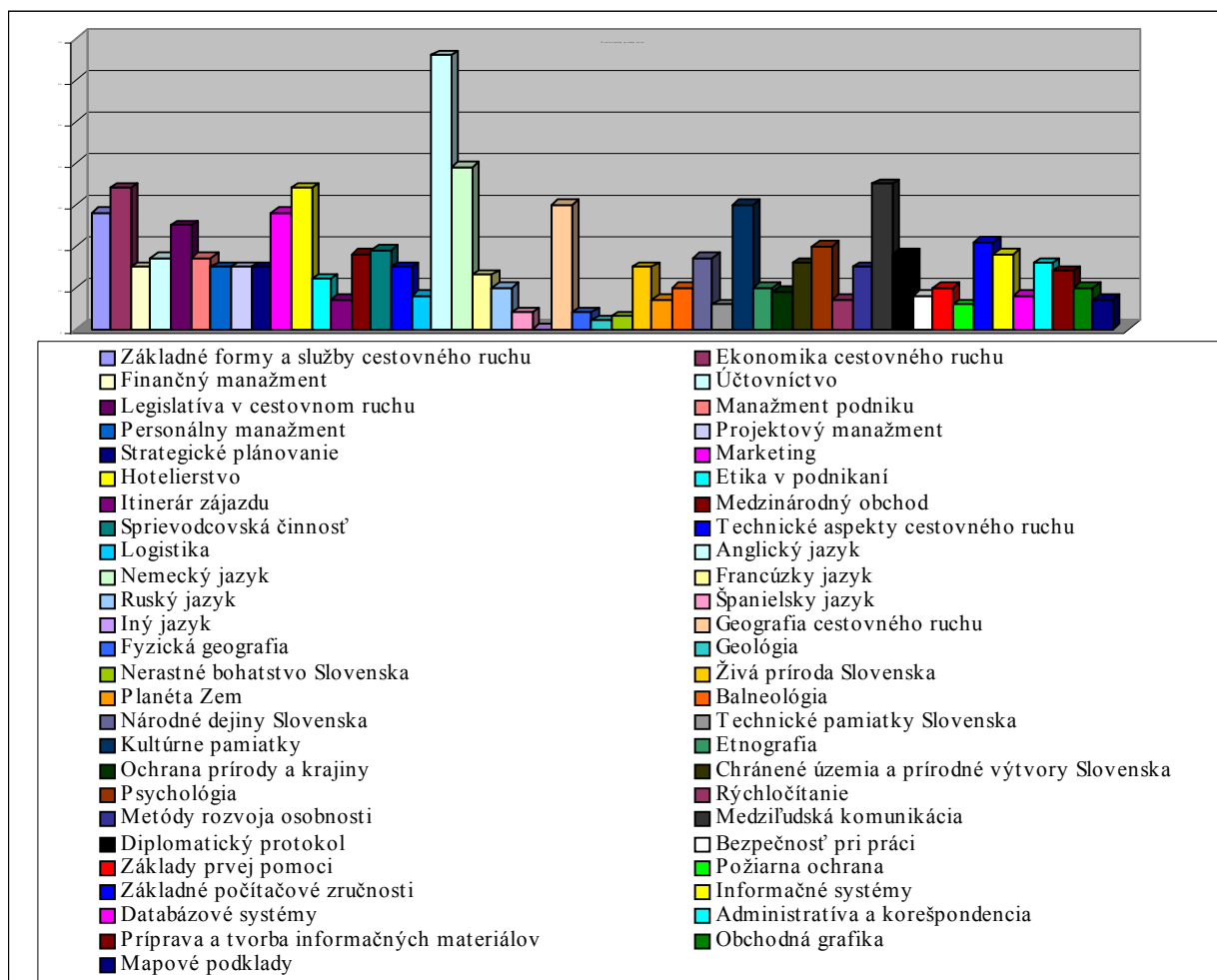
Jedným z najdôležitejších predmetov v oblasti cestovného ruchu je medziľudská komunikácia, ako

špecifický odbor psychológie. V obsahovej náplni ide o efektívnu komunikáciu s klientom, ako aj v pracovnom tíme, s cieľom dosiahnutia nekonfliktnej pracovnej atmosféry

Štandardom kvalifikovanej pracovnej sily je počítačová gramotnosť, ktorá je v súčasnosti nevyhnutnou podmienkou orientácie sa v oblasti moderných technológií a programového vybavenia a systémov používaných v cestovnom ruchu.



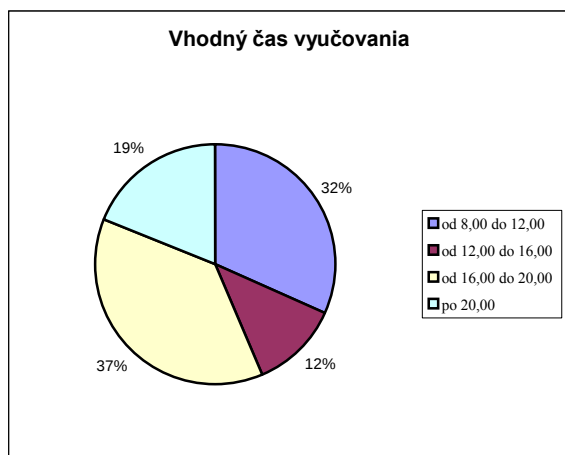
Graf č. 6: Prehľad predmetov s najväčším záujmom



Graf č.5: Prehľad záujmu respondentov o ponúkané predmety

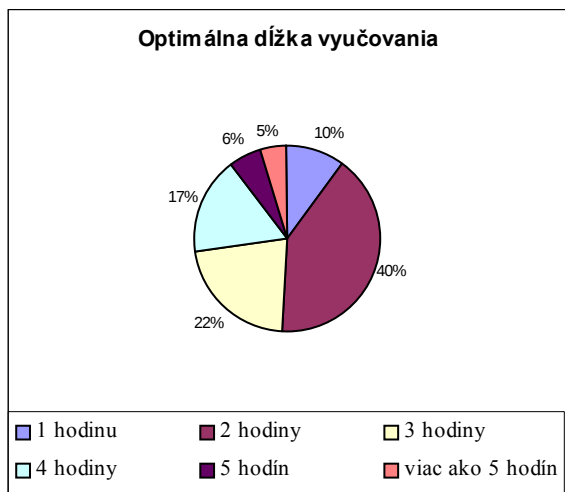
KATEGÓRIA 3: Organizačno-technické zabezpečenie vzdelávania

V tejto kategórii boli skúmané konkrétne špecifiká výuky ako napríklad najvhodnejší čas, optimálna dĺžka a frekvencia výuky, najvhodnejšie dni v týždni, kedy je zamestnávateľ ochotný uvoľniť zamestnanca z aktívneho pracovného procesu pre potrebu vzdelávania. Dôležitou otázkou bol aj spôsob ukončenia vzdelávania a typ osvedčenia o absolvovaní vzdelávacieho procesu. Z grafu č.7 vyplýva, že 37 % zamestnávateľov preferuje vzdelávanie zamestnancov po pracovnej dobe od 16:00 do 20:00. Alternatívou tohto časového intervalu je u 32 % zamestnávateľov preferovaný čas od 8:00 do 12:00. Do 20 % percent sa pohybujú časové rozpätia v poobedňajších hodinách od 12:00 do 16:00 a v neskorých večerných hodinách po 20:00.



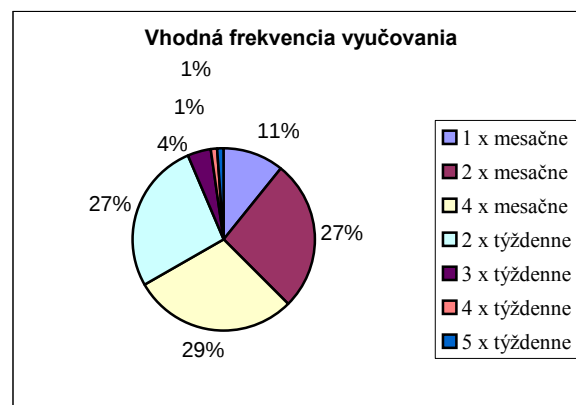
Graf č.7: Prehľad záujmu respondentov o čas výuky

V grafe č. 8 sú zobrazené výsledky optimálnej dĺžky vyučovania, kde v prevažnej väčšine – u 40 % opýtaných sa za najvhodnejšiu dĺžku považuje čas 2 hodín. V rozpätí do 20 % sú to alternatívy 3 a 4 hodín, ostatné možnosti sú prijateľné len pre 10 % a menej opýtaných respondentov.



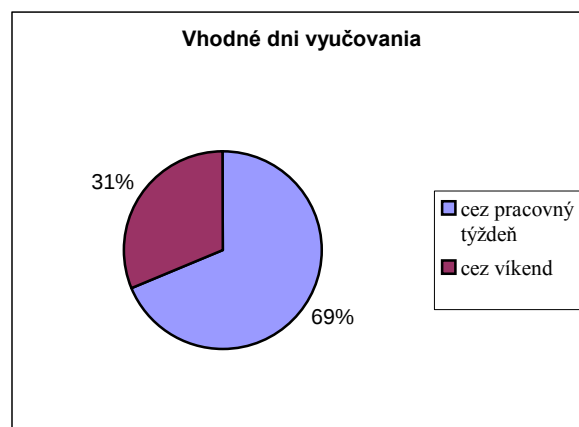
Graf č.8: Optimálna dĺžka vyučovania

V grafe č. 9 je zastúpená možnosť výberu frekvencie výuky. Celkovo 27 % zamestnávateľov by uvítalo periódu 2 x mesačne, rovnako ďalších 27 % by prijalo možnosť, aby ich zamestnanci mohli študovať 2 x týždenne. Najideálnejším kompromisom by však mohlo byť rozhodnutie ďalších 29 % respondentov pre frekvenciu výuky 4 x mesačne, teda raz do týždňa. Ostatné možnosti sú menšinovo zastúpené vyjadrením menej ako 11 % opýtaných.



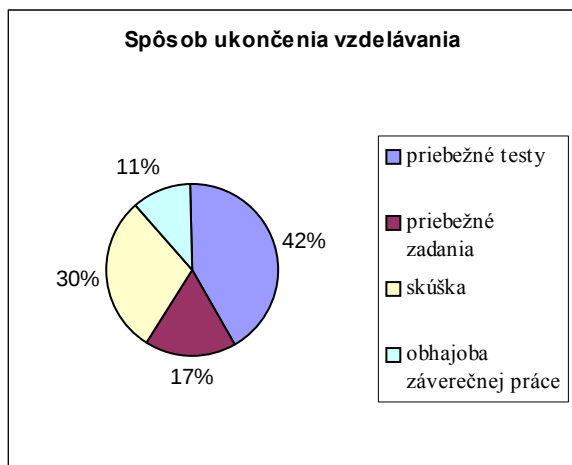
Graf č.9: Vyjadrenie respondentov k frekvencii výuky

Graf č. 10 poukázal na prioritu vzdelávania počas pracovných dní v týždni, ktorú preferovali 2/3 opýtaných respondentov, zatiaľ čo tretina bola za výuku cez dni pracovného pokoja.



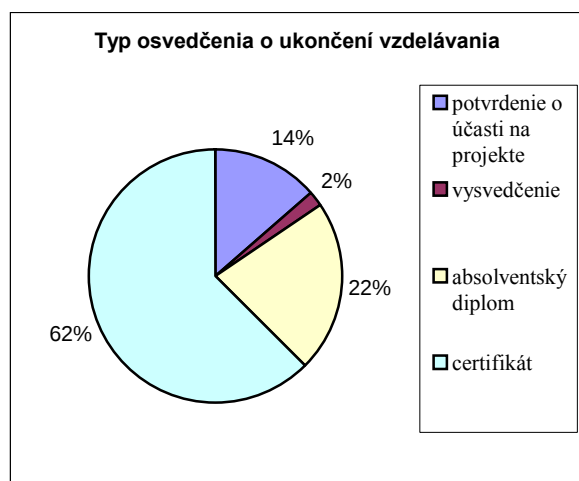
Graf č.10: Prehľad označených dní výuky

Podľa grafu č. 11 by v spôsobe ukončenia výukového procesu 42 % respondentov uprednostnilo priebežné testy z jednotlivých modulov. Ďalších 30 % opýtaných by radšej prijalo skúšku, 17 % hodnotenie priebežných заданий a 11 % bolo za obhajobu zadanej záverečnej práce.



Graf č.11: Prehľad vyjadrení o spôsobe ukončenia vzdelávania

Graf č. 12 poukazuje na dosť jednotný výber respondentov v spôsobe ukončenia vzdelávacieho procesu, kde až 62 % sa vyjadrilo k udeleniu certifikátu o úspešnom absolvovaní vzdelávacieho kurzu, 22 % bolo za absolventský diplom, 14 % za potvrdenie účasti na projekte a 2 % za vysvedčenie.



Graf č.12: Záujem respondentov o ponúkané typy osvedčení o ukončení vzdelávania

3. Záver

V predkladanom príspevku sme poukázali na dôležitosť vzdelávania pracovnej sily v podnikoch cestovného ruchu, ako základného faktora získania a udržania spokojnej klientely. Cestovný ruch má vplyvom neustáleho rozvoja dopravných služieb, informačných technológií a v neposlednom rade aj rastom fondu voľného času obyvateľstva významný medzinárodný dosah.

Vstup Slovenska do EÚ na jednej strane odkryl nové možnosti pôsobnosti domácim subjektom cestovného ruchu, no na strane druhej umožnil príchod silnej konkurencie. V daných podmienkach silnejúcej konkurencie sú subjekty tlačené smerom

k zdokonaľovaniu poskytovaných služieb a pripravenosti zamestnancov.

Ďalším dôležitým určujúcim faktorom rozvoja cestovného ruchu v medzinárodnom meradle sú vysokovýkonné informačné technológie. Možnosti ich aplikácie u nás sú závislé od finančných prostriedkov a vzdelanostnej pripravenosti ľudí v danej oblasti.

Výskum odkryl pozitívny vývoj smerovania spoločnosti, nakoľko až 20 % opýtaných si uvedomuje potrebu zavádzania informačných technológií v podnikoch cestovného ruchu, ako prostriedku zvyšovania podielu na trhu, a prejavilo záujem o vzdelávanie v danej oblasti.

Príspevok je čiastkovým riešením grantovej úlohy VEGA č.1/9194/05 - Možnosti využívania informačných technológií pre rozvoj subjektov pôsobiacich v cestovnom ruchu, ich aplikácia pri propagácii regionálnych zvláštností Slovenska a ekonomicko-trhové aspekty z toho vyplývajúce

Literatúra:

- [1] ANTOŠOVÁ, M., CSIKÓSOVÁ, A.: Rozvoj ľudského kapitálu v podnikovej sfére. PEMAN 05, Personálny management v praxi. Evida Plzeň 2005, ISBN 80-86596-60-5
- [2] KRŠÁK, B.: Prečo manažment znalostí? Teoretické aspekty prierezočných ekonomík. Royal Unicorn, Košice 2002, ISBN 80-968128-9-0
- [3] ANTOŠOVÁ, M.: O znalostnom manažmente v cestovnom ruchu a službách. GEOTUR 2003, Slovensko - perspektívy rozvoja cestovného ruchu, Herľany 2003, ISBN 80-8073-094-6
- [4] DŽUPKA, P., ŠIMKOVÁ, H., KRŠÁK, B.: Cestovný ruch ako prostriedok ekonomického rastu a regionálneho rozvoja. National and Regional Economics 5, Herľany 2004, ISBN 80-8073-223-X.
- [5] MILLER, J.: Knowledge Management: How Organizations Manage Their Resources, SPRINT 1999