

Marzena Wanagos

ZAWÓD PILOTA WYCIECZEK W KONTEKŚCIE JAKOŚCI USŁUG BIUR PODRÓŻY

OCCUPATION OF THE TOUR GUIDE IN TERMS OF QUALITY OF SERVICES OF TOUR OPERATES

Katedra Handlu i Usług, Akademia Morska w Gdyni
ul. Morska 81-87, 81-225 Gdynia, e-mail: wanagos@am.gdynia.pl

Summary. The tour guide job is a very important factor in shaping the quality of services offered by tour operates. Often, a tour guide is the only factor that can unsuccessful trip, turn to the trip memorable for all participants. Tour operators, who employ tour guides try to choose the staff so as to have the assurance that the services provided by them will be satisfactory for the customer, and thus give rise to a positive feeling about the quality of the purchased travel agency services. Organizers perceive the tourism profession and the work of tour guide as an important element of building quality services sold by travel agencies for tourists. Respondents organizers admitted that the tour guide is someone who has a huge impact on the perception of quality by participants and their subsequent perception of the office. The tour guide is an extremely important part in building the quality of tourist services offered by tour operates.

Słowa kluczowe: biuro podróży, jakość usług, pilot wycieczek.

Key words: quality of service, tour guide, tour operator.

WSTĘP

Zawód pilota wycieczek należy do kluczowych zawodów w obsłudze ruchu turystycznego. Turyści bardzo często postrzegają jakość imprezy turystycznej poprzez jakość pracy i zaangażowanie osoby, która ma z nimi bezpośredni kontakt. Pilot odpowiada za wrażenia uczestnika wyjazdu – zarówno w kontekście jakości oferowanych usług, jak i wartości poznawczych czy estetycznych dotyczących odwiedzanych miejsc. Organizatorzy turystyki, którzy zatrudniają pilotów wycieczek, powinni więc starać się dobierać kadrę tak, by mieć gwarancję, iż usługi świadczone przez nich będą zadowalające dla klienta, a tym samym będą powodowały pozytywne odczucia związane z jakością zakupionej w biurze podróży usługi.

Niniejsze opracowanie miało na celu pokazanie istoty pracy pilota wycieczek i zbadanie, jak organizatorzy turystyki postrzegają pracę pilotów wycieczek, jakie oczekiwania mają wobec pilotów, co robią, by podnieść jakość ich pracy i – co za tym idzie – jakość oferowanych usług.

Obszar badań to województwo pomorskie. W badaniach empirycznych wykorzystano dwie metody badawcze – wywiad niestandardyzowany oraz wywiad standardyzowany. Wywiad niestandardyzowany został przeprowadzony w dniu 22.04.2010 r. w Urzędzie Marszałkowskim w Gdańsku. Osoba udzielająca wywiadu pracowała na stanowisku specjalisty w zespole do spraw jakości usług turystycznych w Departamencie Turystyki. Jest ona odpowiedzialna (w ramach Ustawy o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r.) za organizatorów turystyki oraz pośredników turystycznych w województwie pomorskim.

Wywiad standaryzowany był przeprowadzany w okresie od lutego do maja 2010 r. wśród organizatorów turystycznych na terenie województwa pomorskiego. Przebadanych zostało 31 organizatorów. Pozostali albo odmówili wzięcia udziału w badaniu, albo nie zatrudniają pilotów wycieczek, gdyż nie wymaga tego specyfika ich działalności.

JAKOŚĆ USŁUG TURYSTYCZNYCH

Pojęcie jakości zostało po raz pierwszy użyte przez Platona, greckiego filozofa, który nazwał je *poiotes*. Kiedy Platon wprowadził to pojęcie, był przekonany, że nie wszystkie zjawiska można zmierzyć oraz w pełni opisać. Arystoteles kontynuował rozważania Platona i stwierdził, że świat można opisać według kategorii takich, jak: jakość, ilość, relacje, substancje, miejsce, czas, położenie, dyspozycja. Ciceron jako pierwszy użył słowa *qualitas*, które po przejściu do innych języków dało podstawę między innymi angielskiemu słowu *quality* 'jakość'. Pojęcie: jakość zostało wykorzystane w wielu dziedzinach życia – od produktów materialnych, usług aż po procesy (Urbaniak 2004).

Jakość usług jest zagadnieniem bardziej skomplikowanym i trudniejszym do zmierzenia niż jakość dóbr materialnych. Wynika to z ich specyficznych cech. Najczęściej wymieniane cechy usług to: niematerialność, nietrwałość, różnorodność, nierozdzielność (są jednocześnie świadczone i konsumowane). Poprzez termin: usługi turystyczne należy rozumieć wszystkie te czynniki, które służą zaspokojeniu potrzeb materialnych i niematerialnych turystów. Usługi te obejmują transport klienta do miejsca o walorach turystycznych, noclegi, wyżywienie, a także usługi kulturalno-rozrywkowe (Gaworecki 2007). Według Gaworeckiego (2007) w organizacji usług turystycznych powinno uwzględnić się:

- ich komplementarność – oznacza to, że usługi są od siebie zależne, np. klient niechętnie pojedzie na wypoczynek, jeżeli nie zostanie zagwarantuje się mu wyżywienia w tym samym hotelu;
- ich substytucyjność – oznacza to, że turysta ma duży wybór w momencie podejmowania decyzji o zakupie oferty. Może wybrać wyjazd z noclegami w hotelu trzygwiazdkowym lub na kempingu, może skorzystać z transportu lotniczego itd. Substytucyjność usług wiąże się z kondycją ekonomiczną turysty oraz z jego upodobaniami do np. usług świadczonych na miejscu wypoczynku;
- ich cechy dotyczące dysproporcji – oznacza to, że usługi turystyczne jednocześnie zaspokajają popyt komplementarnie i substytucyjnie, co wpływa na jakość obsługi;
- zróżnicowanie popytu – jest on zróżnicowany czasowo, przestrzennie i rodzajowo. Każdy turysta może wyjechać w innym czasie w inne miejsce;
- konieczność obecności konsumenta – w przypadku usług turystycznych bez obecności konsumenta podczas wytwarzania produktu usługa nie może zaistnieć; usługa turystyczna nie może być magazynowana ani przesyłana jak towar;
- ich abstrakcyjny charakter – turysta nie ma możliwości wypróbowania usługi przed jej realizacją;
- ich funkcje społeczne i biologiczne – zapewniają wypoczynek i regenerację sił fizycznych i psychicznych;
- ich wpływ na rozwój gospodarczy obszaru – są to ważne czynniki rozwoju miejscowości, do której przybywają turyści ze względu na to, że podczas urlopu mamy inne potrzeby (zazwyczaj takie, na które pozwalamy sobie tylko podczas urlopu);

- ich charakter rynkowy – są w pełni lub w części odpłatne;
- rynek nabywcy – konsument decyduje, jaką ofertę kupi.

Jakość usług turystycznych związana jest z podejściem usługodawcy do klienta. Relacjom usługodawcy z klientem powinny towarzyszyć: lojalność – realizacja usługi zgodna z obiecaną turyście w harmonogramie (wszelkie zmiany programu muszą być skonsultowane z turystą), profesjonalizm – uprzejmość, komunikatywność, wiarygodność i doświadczenie osób obsługujących turystów (np. pilota wycieczek), wrażenia i odczucia turysty, które związane są ze standardem odwiedzanego miejsca, odpowiedzialność – jak najszybsza reakcja na błędy, przyjmowanie ewentualnych reklamacji, orientacja na klienta – każdy klient jest indywidualny i wyjątkowy. W przypadku jakości usługi turystycznej najważniejsze jest, o czym musi pamiętać osoba świadcząca tę usługę, zaspokajanie potrzeb klienta, gdyż – jak pisze Mazur (2002) – „[...] znacznie taniej jest wykonać pracę dobrze za pierwszym razem, niż podejmować ją kilkakrotnie, aby wyeliminować powstałe błędy” (s. 100). Stanem idealnym jest w tym wypadku takie zaspokajanie potrzeb, które będzie pokrywało się z oczekiwaniami klienta. Na jakość oczekiwaną składają się nie tylko potrzeby osobiste klienta, ale także doświadczenia z poprzednich wyjazdów, opinie innych nabywców, wyobrażenie o usłudze itd. Natomiast jakość doświadczona jest wynikiem analizy jakości oczekiwanej, gdyż każdy klient podświadomie porównuje to, co zastanie po dojechaniu na miejsce odpoczynku, z tym, co sobie wyobraził. W celu podnoszenia jakości oferowanych usług organizator powinien więc przede wszystkim dobrze analizować oczekiwania turystów wobec produktu. Dobra analiza potrzeb pozwala organizatorom na stworzenie bardzo dobrego produktu, a właściwa realizacja usługi (między innymi dzięki pracy pilota) daje możliwość spełnienia oczekiwań konsumentów.

Aby jakość usługi oferowanej przez biuro podróży była wysoka, starania muszą podjąć wszystkie osoby zajmujące się daną ofertą – od jej stworzenia do realizacji. Pilot wycieczek jest więc osobą, którą można nazwać „łącznikiem” między biurem a klientem. To on dba o właściwą realizację wszystkich usług, a w przypadku ich złej realizacji lub przy braku jej realizacji interweniuje u kontrahenta w imieniu biura podróży oraz stara się usługę niezgodną z programem przedstawionym turystom zamienić na inną równie lub bardziej atrakcyjną (jeśli nie da się zrealizować tej, która była przewidziana programem), dążąc do załagodzenia ewentualnych konfliktów z turystami.

W przypadku biur podróży i innych przedsiębiorstw turystycznych jakość usług jest bardzo ważna, gdyż to właśnie ona jest coraz bardziej skutecznym narzędziem rywalizacji; dobry pilot wycieczek wśród pracowników biura jest „narzędziem” kształtującym jakość realizacji całej imprezy. Wyegzekwowanie od kontrahentów (usługodawców) prawidłowych świadczeń i przekazanie ich turystom jest podstawowym obowiązkiem osoby realizującej imprezę (pilota) – Kruczek (1996).

Sposobem na poprawę jakości usług są szkolenia organizowane dla pracowników. Szkolenia powinny dotyczyć się zarówno zagadnień związanych z obsługą klienta, jak i zagadnień niezbędnych podczas pracy pilota z grupą (np. dotyczących sposobów organizacji czasu wolnego, kursów psychologiczno-socjologicznych czy w przypadku pilotów rezydentów szkoleń dotyczących kultury, historii i zwyczajów odwiedzanego kraju).

ZAWÓD PILOTA WYCIECZEK W POLSCE

W Polsce, zgodnie z Ustawą o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 roku, oprócz zawodu przewodnika turystycznego istnieje zawód pilota wycieczek. Przewodnik turystyczny to osoba oprowadzająca turystów po wybranych obszarach, miejscowościach i obiektach oraz udzielająca informacji na ich temat. Natomiast pilot wycieczek to osoba, która towarzyszy turystom w imieniu organizatora, sprawuje opiekę nad turystami oraz dba o właściwą realizację usług zakupionych przez turystów. Wspomniana ustawa jednoznacznie określa warunki, jakie trzeba spełnić, by uzyskać państwowe uprawnienia do pracy pilota wycieczek. W rozdziale czwartym Ustawy przedstawione są wymagania, jakie musi spełnić kandydat na pilota wycieczek, a także jego prawa i obowiązki ma pilot po otrzymaniu uprawnień.

Zgodnie z Ustawą o uprawnienia pilota wycieczek może starać się osoba, która ukończyła 18 lat, charakteryzuje się dobrym zdrowiem i ma wykształcenie przynajmniej średnie. Osoba starająca się o uprawnienia pilota nie może być osobą karaną za przestępstwa umyślne, ale przede wszystkim za przestępstwa związane z pracą pilota czy przewodnika. Oznacza to, że jeżeli osoba wykonywała pracę pilota wycieczek, nie posiadając odpowiednich uprawnień, to nie tylko może zostać skazana za działanie wbrew prawu, ale traci też możliwość uzyskania tych uprawnień w innym czasie. Ostatnim warunkiem dla osób ubiegających się o legitymację pilota wycieczek jest szkolenie. Dopiero ukończenie specjalistycznego szkolenia pozwala na dopuszczenie kandydata na pilota do egzaminu państwowego w urzędzie marszałkowskim danego województwa.

Jeżeli chodzi o sylwetkę przyszłego pilota, to istnieją niespisane, co prawda, ale ogólnie przyjęte zasady. Osoba taka powinna posiadać wiedzę z zakresu historii, geografii, kultury kraju, turystyki, polityki, ale także powinna umieć stworzyć dobre relacje z drugim człowiekiem, co oznacza, iż nie tylko musi znać podstawy psychologii, ale i socjologii. Oczywiście jest również to, że pilot powinien płynnie mówić w języku turystów, którymi się opiekuje. Zgodnie z badaniami Tyblewskiego (zob. Wanagos 2008) można stwierdzić, że oczekiwania wobec pilotów wycieczek są bardzo wysokie i że obejmują znajomość wymienionych powyżej zagadnień, a także „[...] konsekwentne spełnianie swoich obowiązków, staranie się o jak najlepsze przekazywanie wiadomości, aby grupa odniosła maksimum wrażeń pozytywnych, pogodny sposób bycia, nacechowany poczuciem humoru wpływającym na utrzymywanie się dobrego humoru wśród wycieczkowiczów. Przeznaczenie wystarczającego czasu na odpoczynki, przeciwdziałanie skutkom zmęczenia i podtrzymujące zainteresowanie otoczeniem [...]. Wypełnienie czasu wycieczki pożytecznymi i przyjemnymi zajęciami [...], interesujące i nieszablonowe objaśnienia za pomocą zwięzłych informacji popartych dobrą anegdotą i pogodnymi opowieściami, nie zawierających [sic!] jednak niezgodności z aktualnym stanem nauki. Chętne udzielanie odpowiedzi na pytania [...], uprzejmość, grzeczność, towarzyskość, wyrozumiałość i takt [...], życzliwość, solidarność, troskliwość, opiekuńczość, sympatia i empatia. Budzenie zainteresowania pięknem przyrody przez opisywanie jej i programowanie za pomocą gruntownej znajomości i emocjonalnego stosunku do niej. Efektem takiego działania ma być zaszczepienie turystom umiłowania do natury. Modyfikowanie w razie potrzeby planu zwiedzania przez uzyskanie doświadczenia, przygotowania metodycznego do swoich funkcji oraz umiejętności i zdolności organizatorskich. Gruntowna znajomość poruszanych przez siebie tematów, a nawet pasjonowanie się nimi i przekazywanie swojego entuzjazmu innym” (Tyblewski 1975, s. 54–55).

Pilot wycieczek jest ambasadorem swojego kraju za granicą. Trzeba pamiętać, że to właśnie na pilocie spoczywa obowiązek właściwej realizacji imprezy. Turyści jadąc na wycieczkę, mają większe wymagania, bo płacą za nią; jest to ich czas wolny, podczas którego chcą się odprężyć i nie chcą się niczym martwić. Dlatego zawód ten nie jest łatwy – pilot podczas imprezy pracuje 24 h na dobę – cały czas. Sytuacje trudne, często nawet problemy z kontrahentami, które nie obchodzą turystów, nie omijają pilota i to on musi rozwiązać je tak szybko, jak to możliwe. A co z imprezami, o których już od początku wiadomo było, iż do udanych nie będą należały? Pilot nawet wtedy jest w stanie zdziałać cuda. Dzięki swojej zaradności, osobowości, uśmiechowi i ciekawym pomysłom, dotyczącym urozmaicenia wypoczynku turystom, jest w stanie nawet ze słabej oferty zrobić dobry produkt.

Z pracą pilota wiążą się nie tylko obowiązki. Pilot ma również swoje prawa i ponosi odpowiedzialność za decyzje i czyny, których się dopuszcza. Pilot wycieczek do swoich podstawowych praw może zaliczyć (Kruczek 2008): prawo do używania legitymacji pilota oraz identyfikatora, prawo do reprezentowania organizatora turystyki w zakresie niezbędnym do prowadzenia danej imprezy turystycznej, prawo do otrzymania wynagrodzenia za swoją pracę, prawo do zwrotu kosztów poniesionych w związku z pełnionymi obowiązkami służbowymi, prawo do korzystania z takich samych świadczeń, jak uczestnicy imprezy. Jeżeli zaś chodzi o obowiązki pilota wycieczek, Ustawa wymienia trzy główne: obowiązek opieki nad uczestnikami imprezy, obowiązek zapewnienia odpowiedniej realizacji świadczeń przewidzianych programem, przyjmowanie reklamacji. Dodatkowo należy jeszcze uwzględnić takie obowiązki, jak pełnienie funkcji tłumacza i przekazywanie informacji krajoznawczej. Nie jest to obowiązkowe, narzucone przez Ustawę, ale jednak nie mniej ważne i traktowane przez pilotów jako obowiązek.

Pilot wycieczek podlega trzem rodzajom odpowiedzialności za zaniechania lub błędne działania. Pierwszym rodzajem jest odpowiedzialność cywilna, która polega na tym, iż w przypadku wyrządzenia szkody majątkowej lub niemajątkowej innej osobie pilot może zostać pociągnięty do odpowiedzialności majątkowej, czyli do naprawienia szkody wywołanej swoim działaniem. W takim wypadku pilot ponosi odpowiedzialność bezpośrednio wobec poszkodowanego uczestnika imprezy. Piloci wycieczek mają możliwość ubezpieczenia się od odpowiedzialności cywilnej. Drugim rodzajem odpowiedzialności jest odpowiedzialność karna. Jeżeli pilot popełni przestępstwo lub wykroczenie, podlega – tak jak wszyscy – odpowiedzialności karnej, zgodnie z Kodeksem karnym i Kodeksem wykroczeń. W przypadku tej odpowiedzialności pilot może utracić uprawnienia, może zostać pozbawiony wolności lub może zostać ukarany grzywną (wykroczenia). Trzecim i ostatnim rodzajem odpowiedzialności pilota za pracę jest odpowiedzialność służbowa. Zgodnie z przepisami Ustawy o usługach turystycznych praca pilota podlega kontroli, w przypadku naruszeń lub uchybień w wykonywaniu pracy pilota uprawnienia mogą być cofnięte bądź zawieszane na okres do 12 miesięcy.

Zgodnie z założeniami Rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 28 czerwca 2001 roku w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek kursy dla pilotów wycieczek mogą przeprowadzać podmioty, które zostały do tego uprawnione przez marszałków województw lub, dawniej, przez wojewodów. Uprawnienia do szkoleń nadaje się czasowo lub na stałe. Oczywiście jest to, iż w przypadku osób kształcących przyszłych pilotów wymagane

jest wykształcenie wyższe czy praktyka zawodowa poświadczona przez jednostkę organizującą szkolenia bądź przez stowarzyszenie zrzeszające pilotów wycieczek.

Kurs na pilota wycieczek obejmuje 120 godzin szkolenia teoretycznego oraz 3 dni szkolenia praktycznego. Organizator turystyki musi przed rozpoczęciem kursu poinformować urząd marszałkowski o chęci rozpoczęcia takiego szkolenia. W dokumentach, oprócz pisma zawiadamiającego, powinny znaleźć się także: kopia upoważnienia do prowadzenia szkoleń tego typu, a także harmonogram zajęć z dokładnym wykazem instruktorów i wykładowców. Marszałek ma prawo przeprowadzić kontrolę organizatora. Sprawdza, czy harmonogram przesłany jako program pracy jest rzeczywiście realizowany i czy jest zgodny z założeniami.

Do zagadnień szczególnie istotnych podczas teoretycznej części szkolenia zaliczyć można zarówno zagadnienia z geografii kraju i świata, wraz z historią kultury i sztuki, jak i elementy pracy z grupą, takie jak: podstawy komunikowania się pilota z grupą, procesy grupowe i techniki negocjacji, cechy psychofizyczne pilota wycieczek, rozwiązywanie konfliktów, źródła i objawy stresu, program osobistego rozwoju pilota, w tym asertywność, autoprezentacja, praca z mikrofonem, postępowanie pilota w sytuacjach nadzwyczajnych, zasady sporządzania protokołów zdarzeń, emisja głosu, animacja grupy, elementy *savoir-vivre'u* i protokołu w biznesie, kształtowanie pozytywnego wizerunku kraju, biura podróży podczas imprezy turystycznej.

Do innych zagadnień, realizowanych podczas kursu, należą: przemysł turystyczny w Polsce i na świecie, struktura społeczno-polityczna Polski oraz Polska na tle Europy i świata, obsługa ruchu turystycznego, przepisy prawne w turystyce i ubezpieczenia turystyczne, bezpieczeństwo, profilaktyka i ochrona zdrowia, higiena w turystyce.

Osoby, które ubiegają się o uprawnienia do pracy pilota wycieczek, po odbyciu kursu zgłaszają chęć wzięcia udziału w egzaminie państwowym. Egzaminy organizowane są przez urzędy marszałkowskie właściwe dla miejsca odbywania kursu. Po wyznaczeniu terminu kandydaci stawiają się w wyznaczonym dniu na egzaminie państwowym. Zgodnie z prawem składa się on z trzech części: teoretycznej pisemnej i ustnej oraz z części praktycznej.

Egzaminy zdaje (na przykładzie Urzędu Marszałkowskiego w Gdańsku) tylko około 60% osób. Z roku na rok widać wzrost zainteresowania kursami dla pilotów, co nie wpływa na liczbę osób zdających. Niestety, wraz ze wzrostem liczby osób zdających liczba zdanych egzaminów z roku na rok spada o kilka punktów procentowych.

Po uzyskaniu pozytywnego wyniku egzaminu państwowego należy złożyć odpowiednie dokumenty do urzędu marszałkowskiego zgodnego z miejscem zameldowania. Po złożeniu tych dokumentów zostaje wydana legitymacja pilota wycieczek, o standardowym wyglądzie na terenie całego kraju, oraz identyfikator pilota wycieczek.

Pilot z uprawnieniami ma szansę dalszego rozwoju. Kursów doszkalających dla pilotów nie jest wprawdzie wiele, ale warto je kończyć nie tylko z powodu rozwoju osobistego, ale przede wszystkim dlatego, że fakt ich ukończenia umacnia pozycję pilota wśród konkurencji. Bardzo często dalszy rozwój zależy tylko od pilota, gdyż on sam musi zadbać o to, by zdobyć dodatkowe umiejętności. Ważne w samokształceniu pilotów są z pewnością języki. Pilot dzięki znajomości języków przestaje być ograniczony terytorialnie, jeśli chodzi o wykonywanie swojej pracy.

Czasami, w przypadku grup ukierunkowanych na jedną dziedzinę (np. polowania, czy turystyka biznesowa), biura podróży w celu zwiększenia jakości swoich usług wysyłają pilotów

na szkolenia specjalistyczne, by pogłębić ich wiedzę na dany temat. Inną formą szkoleń dodatkowych dla pilotów wycieczek jest szkolenie przygotowujące ich do pracy rezydenta w innym kraju. Pilot rezydent jest delegatem biura podróży w mieście, hotelu, u kontrahenta, który współpracuje z rodzimym biurem podróży. Zajmuje się on turystami w miejscu pobytu, zapewnia im dodatkowe atrakcje, organizuje imprezy fakultatywne i jest do dyspozycji turysty przez cały czas (Wajdzik i Kruczek 2006). Duże biura podróży, takie jak Triada, Tui, Rainbow Tour, organizują szkolenia dla kandydatów na pilotów rezydentów dla osób posiadających uprawnienia pilota wycieczek. Szkolenia takie są niezbędne, gdyż zazwyczaj odbywają się w miejscu późniejszej pracy, np. w Egipcie, Grecji, Turcji.

Bardzo ważne w pracy pilota jest doświadczenie. Okazuje się, że – jak wykazały badania, których wyniki przedstawiono w dalszej części niniejszego opracowania – dla większości organizatorów turystyki doświadczenie jest podstawowym czynnikiem decydującym o zatrudnieniu pilota wycieczek. Szkolenie i dość trudny egzamin to dopiero początek drogi do tego zawodu.

SPECYFIKA BIUR PODRÓŻY W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

W celu poznania specyfiki biur podróży w województwie pomorskim przeprowadzono wywiad z pracownikiem Departamentu Turystyki w Urzędzie Marszałkowskim, specjalistą w zespole do spraw jakości usług turystycznych. W badaniu użyto wywiadu prostego niestandardyzowanego, gdyż charakteryzuje się on dużą swobodą w zadawaniu i modyfikacji pytań. Zastosowano kwestionariusz z pytaniami otwartymi, jednak podczas rozmowy pojawiło się wiele pytań niezawartych w kwestionariuszu; wywiad więc został pogłębiony.

Badanie miało na celu poznanie specyfiki biur podróży na terenie województwa pomorskiego. Na rynku usług turystycznych w województwie pomorskim działają następujące podmioty gospodarcze; zgodnie z Ustawą o usługach turystycznych są to:

- organizator turystyki – przedsiębiorca organizujący imprezę turystyczną;
- pośrednik turystyczny – przedsiębiorca, którego działalność polega na wykonywaniu, na zlecenie klienta, czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych;
- agent turystyczny – przedsiębiorca, którego działalność polega na stałym pośredniczeniu w zawieraniu umów dotyczących świadczenia usług turystycznych na rzecz organizatorów turystyki posiadających zezwolenia w kraju lub na rzecz innych usługodawców posiadających siedzibę w kraju.

W województwie pomorskim działa 193 organizatorów turystyki, z czego 127 działa również na zasadzie pośrednika turystycznego. Są trzy biura, które działają tylko jako pośrednik. Informacje te zawarte są w Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (www.turystyka.gov.pl). Wpisu do tego rejestru dokonuje marszałek województwa właściwy ze względu na siedzibę przedsiębiorcy. Niestety, nie prowadzi się rejestrów agentów turystycznych, w związku z czym ich liczba nie jest znana.

Pilotów wycieczek zatrudniają organizatorzy turystyki, zatem podczas wywiadu koncentrowano się na ich działalności.

Na terenie województwa pomorskiego żaden z organizatorów nie jest dużą jednostką są to biura małe, które swoje imprezy organizują na mniejszą skalę niż wiodący na rynku organizatorzy usług, np. Triada, Rainbow Tours, Tui czy Neckermann. Okazało się, że te duże biura mają wprawdzie swoje oddziały w województwie pomorskim, ale zajmują się jedynie sprzedażą ofert.

Organizatorzy turystyki w Pomorskiem, oprócz tworzenia własnych ofert, zajmują się również sprzedażą ofert innych organizatorów. Organizatorów turystycznych w województwie pomorskim możemy podzielić ze względu na rodzaj organizowanych imprez lub rodzaj grupy, do której dana impreza jest skierowana; są to:

- biura zajmujące się wyprawami ekstremalnymi, alpinistycznymi (np. wyjazdy z alpinistą M. Kamińskim), wyjazdami na narty z elementami ekstremalnymi;
- biura zajmujące się organizacją kolonii (około 20%); duża część organizatorów tego typu to nauczyciele posiadający wpis do rejestru organizatorów. Decydują się oni na zdobycie takiego wpisu, ponieważ mają łatwy dostęp do klientów, a znając ich potrzeby, mogą ofertę dopasować do każdego;
- biura zajmujące się przede wszystkim organizacją pielgrzymek i wyjazdów do miejsc kultu Maryjnego w Polsce – do Częstochowy, Świętej Lipki, Lichenia czy Kalwarii Zebrzydowskiej;
- organizatorzy skupiający się typowo na organizacji wypadów związanych ze sportami wodnymi i z nauką np. surfingu, żeglarstwa itp.;
- organizatorzy imprez typowych dla dzieci i młodzieży, wycieczek dla szkół – jednym z największych organizatorów w Trójmieście jest biuro podróży Ika Tour;
- trzy biura, które zajmują się tylko obsługą promów pasażerskich przybywających do Trójmiasta w sezonie wiosenno-letnim. W okresie jesienno-zimowym w biurach tych trwają przygotowania do realizacji imprez w następnym sezonie, gdyż ze względu na liczbę promów wpływających (z roku na rok coraz większą) jest to ogromne przedsięwzięcie logistyczne;
- biura zajmujące się przede wszystkim organizacją wyjazdów za granicę na kursy językowe dla trzech grup – dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Organizowane są też tak zwane kursy elitarne, podczas których klient decyduje, że np. chce uczyć się w Oksfordzie, mieć indywidualny tok studiowania i dodatkowo nie chce mieszkać z Polakami, żeby móc cały czas ćwiczyć język.

W ofercie biur podróży z województwa pomorskiego dominują oferty krajowe. Turystką przyjazdową na teren województwa pomorskiego zajmuje się tylko 10 biur na tym terenie. Natomiast jeśli chodzi o turystykę wyjazdową zagraniczną, biura podróży wolą sprzedawać oferty dużych organizatorów. Jest to przede wszystkim wynikiem kosztów i ryzyka, jakie wiąże się z organizacją imprezy wyjazdowej. Zorganizowanie imprezy za granicę dla jednego małego biura jest ryzykowne nie tylko ze względu na koszt organizacji, ale także dlatego, że biura te zazwyczaj nie mają tylu kontaktów i informacji niezbędnych w negocjacjach cenowych co duże biura uznane na rynku światowym. Organizatorzy zlokalizowani na terenie województwa pomorskiego wolą więc organizować imprezy mniejsze i na terenie Polski, gdzie mogą negocjować dobre stawki, co powoduje, że ich oferta staje się atrakcyjna.

Mimo że wielu jest organizatorów na terenie województwa pomorskiego, nie obserwuje się zjawiska współpracy między nimi. Współpraca pomogłaby niewątpliwie w organizacji

dużej imprezy i dałaby możliwość negocjacji z kontrahentami. Jediną możliwością współpracy między pomorskimi organizatorami turystyki jest wynajem środków transportu.

Organizacją, która zrzesza podmioty turystyczne w województwie pomorskim, jest Pomorski Oddział Polskiej Izby Turystyki, utworzony we wrześniu 1992 roku. Dane z roku 2007 mówią o 65 członkach zarejestrowanych oraz 3 członkach honorowych należących do tego oddziału PIT. Należy jednak zaznaczyć, że tylko 24 członków to biura podróży; pozostali członkowie to przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, gastronomiczne i transportowe. Świadczy to o słabości branży turystycznej regionu i braku chęci do współpracy.

BIURA PODRÓŻY A PRACA PILOTÓW WYCIECZEK

Realizacją imprezy turystycznej zajmuje się pilot wycieczek. Od sprawnej pracy pilota wycieczek zależy więc zadowolenie klienta i – co za tym idzie – sukces biura podróży. Wydawać by się mogło, że każdy organizator turystyki powinien być tego świadomy. W niniejszym opracowaniu podjęto próbę pokazania, jak pracę pilota postrzegają pracodawcy, co uważają za najistotniejsze w przygotowaniu do pracy pilota i co sami robią, aby praca pilota była efektywna.

Jako obszar badań przyjęto województwo pomorskie. Podmiotami uczestniczącymi w badaniach byli organizatorzy turystyki z tego obszaru, zatrudniający pilotów wycieczek.

W województwie pomorskim znajdują się łącznie 193 biura podróży, które uzyskały wpis do rejestru organizatorów turystyki. Bardzo duża część tych biur znajduje się w Trójmieście. Podczas przeprowadzania badania grupa respondentów zmniejszyła się z kilku względów. Szacunkowo:

- około 15% organizatorów uwzględnionych w rejestrze ministerstwa jest organizatorem imprez, podczas których obecność pilota nie jest potrzebna; dotyczy to kolonii i obozów dla młodzieży, gdzie niezbędna jest obecność wychowawcy kolonijnego, w związku z czym biura te nie zatrudniają pilotów;
- 10% biur nie korzysta z uprawnień, jakie daje im wpis w rejestrze, i działa wyłącznie jako agencja turystyczna, sprzedając oferty innych organizatorów, a więc nie zatrudniając pilotów;
- około 20% organizatorów nie wyraziło chęci do wzięcia udziału w badaniu;
- 15% biur znajdujących się na terenie województwa pomorskiego to tylko regionalne oddziały, które również nie zatrudniają pilotów, gdyż procesy rekrutacji odbywają się w placówce głównej na terenie innego województwa.

Metodą wykorzystaną do badań był pomiar sondażowy, wywiad standaryzowany. Ten rodzaj wywiadu bardzo często stosowany jest w badaniach marketingowych (Kaczmarczyk 2003). Wywiad standaryzowany wydawał się najbardziej odpowiedni do grupy badanej ze względu na łatwy dostęp do respondentów oraz szeroki zakres badanego zagadnienia. Kwestionariusz zawierał 8 pytań, w tym 7 pytań zamkniętych i jedno pytanie otwarte; ważne jest również to, że wywiad był anonimowy. Do stworzenia kwestionariusza posłużyły przede wszystkim pytania zamknięte, skale Likerta, skale zrównoważone i skala sumowanych ocen. W wywiadzie pojawiło się jedno pytanie otwarte, które jednak nie pozwoliło na wyciągnięcie żadnych wniosków. W pytaniu otwartym organizatorzy turystyki mogli dodać swoje

uwagi, zastrzeżenia dotyczących zawartości pytań lub uzupełnić informacje, o które nie byli pytani w wywiadzie.

W badaniu zostali uwzględnieni tylko organizatorzy turystyki, ponieważ tylko oni zatrudniają pilotów wycieczek. Dodatkowo grupa respondentów została ograniczona terytorialnie, gdyż w badaniu wzięto pod uwagę tylko organizatorów turystyki z województwa pomorskiego.

Po uzyskaniu wyników z 31 biur można stwierdzić, iż główną formą zatrudniania pilotów w badanej grupie była umowa zlecenie – aż 66% odpowiedzi. Drugą najczęściej wybieraną umową była umowa o dzieło – 19% odpowiedzi. Widać więc, iż organizatorzy turystyki niechętnie wiążą się z pilotami wycieczek stałymi umowami, ograniczając w ten sposób swoje koszty. Umowa na czas określony jest niekiedy podpisywana w biurach, które zatrudniają powyżej 50 pilotów, ale zazwyczaj jest to umowa np. na sezon wakacji. Umowa na czas nieokreślony (6% odpowiedzi) podpisywana jest bardzo rzadko i zazwyczaj łączy pracę pilota wycieczek z pracą sprzedawcy w danym biurze; 3% odpowiedzi uzyskała forma, w której pilot sam wystawia rachunek, rozliczając się w ten sposób z biurem z danej imprezy turystycznej, co wiąże się z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej przez pilota.

Wielu organizatorów ma zastrzeżenia do przygotowania pilotów zaraz po ukończeniu kursu, który odbywa się zgodnie z tym, co zostało zapisane w Ustawie. Wyniki badania wykazały, że do wymogów uważanych przez respondentów za podstawowe należą: dobry stan zdrowia, niekaralność oraz ukończone 18 lat. Wśród odpowiedzi z punktacją średnio ważną zdecydowanie najwięcej odpowiedzi uzyskał wymóg odbycia 120-godzinnego kursu. Zestawiając to z odpowiedziami na pytanie następne, można wnioskować, iż respondenci uważają, że korzystna byłby zamiana szkolenia teoretycznego na szkolenie praktyczne, co znacznie wpłynęłoby na znajomość fachu. Za najmniej ważny wymóg uznano obowiązek dokumentowania znajomości języka certyfikatem, dyplomem studiów filologicznych lub świadectwem ukończenia szkoły z językiem wykładowym np. angielskim. Jeden z komentarzy respondentów do tego pytania brzmi: „Udokumentowana znajomość z pewnością wpływa na jakość usługi, jednak należy pamiętać, iż podczas urlopu turyście nie zawsze chodzi o to, by pilot z nim przebywający mówił biegle w języku hiszpańskim czy innym; jeżeli załatwi sprawę, z którą się do niego zgłosił, jakość usługi nie ulegnie pogorszeniu. Dlatego certyfikaty uważam za zbędne”.

Na podstawie wyników wywiadu można stwierdzić, że badani raczej zgadzają się z wymaganiami Ustawy. Rozbieżności pojawiają się tylko w przypadku liczby godzin praktycznych i teoretycznych w trakcie odbywania kursu. Respondenci w komentarzu do tego pytania zaznaczali, iż należałoby zmniejszyć liczbę godzin teoretycznych, a zdecydowanie zwiększyć liczbę godzin praktycznych. Zastrzeżenia dotyczą również wymagań związanych z dokumentowaniem znajomości języka; około 26% badanych uważa, że te wymogi należy zmienić.

W przypadku dwóch wymagań narzuconych przez Ustawę, respondenci byli zgodni w 100%. Wszyscy uważają, iż pilot nie może cechować się złym stanem zdrowia, gdyż znacznie mogłoby to pogorszyć jakość usługi oferowanej turyście. Ważna okazała się też możliwość cofnięcia lub wstrzymania uprawnień, jeśli pilot nie będzie wykonywał swojej pracy dokładnie. Oba te wymagania budują jakość usługi pilotażu i w tej kwestii nikt z badanych nie miał zastrzeżeń.

Zagadnienia realizowane podczas kursu dla pilotów wycieczek respondenci mieli ustawić w kolejności od najważniejszego do najmniej ważnego, biorąc pod uwagę przydatność danego zagadnienia w dalszej pracy pilota. Zagadnienia te są ściśle określone i znajdują się w załączniku 1 do Rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 28.06.2001 r.

Z odpowiedzi wynika, iż według respondentów najważniejszym zagadnieniem i najbardziej potrzebnym w pracy pilota jest zagadnienie „pilot a grupa”. Na zajęciach poruszane są problemy, jak budować relacje, unikać konfliktów i jak umiejętnie je rozwiązywać. Poznanie tego trudnego zagadnienia pozwala na szybką interwencję pilotów w sytuacjach kryzysowych, bez uszczerbku na jakości usługi oferowanej klientowi. Według przyszłych pracodawców pilotów wycieczek to zagadnienie jest najbardziej istotne wśród wszystkich podanych w Rozporządzeniu. W skali od 1 do 8 punktów (gdzie 1 oznaczał najważniejszy, a 8 najmniej ważny) średnia wartość odpowiedzi wyniosła 2,61 pkt. Do innych bardzo ważnych zagadnień zaliczono zajęcia praktyczne (3,06 pkt), bezpieczeństwo i ochronę mienia turysty (3,38 pkt), a także przepisy prawne w turystyce (3,77 pkt). Za mniej istotne i rzadziej wykorzystywane w pracy pilota respondenci uznali geografię turystyczną kraju i świata (4,64 pkt), obsługę ruchu turystycznego (5,51 pkt). Na dwóch ostatnich miejscach uplasowały się niewykorzystywane przez pilotów (zdaniem pracodawcy) lub bardzo rzadko wykorzystywane: przemysł turystyczny na świecie i w Polsce (6,61 pkt) oraz struktura polityczno-społeczno-ekonomiczna kraju i świata (6,70 pkt). Organizatorzy, którzy brali udział w badaniu, za najważniejsze uznali te zagadnienia, które mają duży wpływ na poprawną realizację usługi, opierające się na umiejętnościach pilota, a nie na encyklopedycznej wiedzy.

Badana była też opinia organizatorów turystyki nt. najbardziej pożądanых cech młodych adeptów sztuki pilotażu w kontekście jakości świadczonych usług. Pierwszą cechą, o którą pytano w badaniu, był wiek pilota. Dla 42% badanych respondentów wiek był istotną cechą przy zatrudnianiu. Dla 58% badanych wiek przyszłego pracownika nie był istotny, a przynajmniej nie był cechą, która decydowała o przyjęciu lub nieprzyjęciu do pracy.

Respondenci, którzy twierdzili, iż wiek jest dla nich istotny, mogli również wypowiedzieć się nt. wieku preferowanego w ich biurze przy zatrudnianiu. Okazuje się, że najchętniej na stanowisku pilota wycieczek respondenci widzą ludzi młodych, po studiach, ze względu na duże zaangażowanie, nowe pomysły dotyczące doskonalenia usług i brak rutyny w wykonywaniu obowiązków. Jest to niezwykle istotne, aby utrzymać bardzo dobrą jakość obsługi.

Drugą badaną cechą była płeć – zaledwie 3% badanych stwierdziło, iż ta cecha jest istotna. Dla większości nie ma to znaczenia (97%), chociaż podczas przeprowadzania badania pojawiały się zdania, iż na wycieczki w niektóre rejony bezpieczniej jest wysłać pilota mężczyznę, a w inne kobietę. Dlatego nie jest to cecha decydująca o przyjęciu lub nieprzyjęciu do pracy, jednak podczas współpracy z danym pilotem może decydować o przydzieleniu mu określonego rodzaju wycieczki bądź regionu świata. Spośród respondentów 3% wskazało, iż pożądanymi w ich biurze są mężczyźni – jednak należy zauważyć, że były to biura turystyki aktywnej i prowadzące np. *survival*.

Doświadczenie pilota było cechą, która w przypadku 77% respondentów decydowała o podjęciu współpracy z danym pilotem; tylko w 23% biur nie bierze się tej cechy pod uwagę. Po zadaniu pytania uzupełniającego okazało się, iż 5–20 odbytych wycieczek jest liczbą wystarczającą dla większości organizatorów do podjęcia współpracy z pilotem. Doś-

wiadczenie w pracy pilota jest dla niektórych pracodawców zapewnieniem, że usługa będzie wykonana dobrze. Inni wypowiedzieli się, że czasami doświadczenie przeszkadza im ze względu na rutynę w pracy, co z kolei może znacznie jakość pracy obniżyć. Tylko w 4,17% biur zaznaczono, iż dopiero liczba ok. 30 odbytych wycieczek wzbudza zaufanie do zatrudnianego pilota.

Kolejną poruszoną kwestią był rodzaj pilotowanych wycieczek (krajowe, zagraniczne). Z otrzymanych odpowiedzi wynika, iż jest on istotny dla 61% respondentów, a nie ma znaczenia dla pozostałych 39%. Respondenci zaznaczali jednak, że rodzaj pilotowanych wycieczek ma znaczenie, ale nie przy zatrudnianiu, lecz podczas wyboru trasy dla danego pilota. Według badanych doświadczenie jest istotne dopiero wtedy, gdy pilot zna trasę wycieczki, gdyż tak naprawdę każda wycieczka jest inna, ponieważ grupa determinuje w dużym stopniu to, jak cała impreza będzie wyglądała; to, że ktoś był już w danym kraju, nie oznacza, że poradzi sobie w nim bez problemu za drugim czy kolejnym razem. Plusem jest natomiast to, że zna już teren, zwyczaje danego kraju czy regionu. Preferowanym rodzajem wycieczek odbytych już przez pilota w 73% okazały się wycieczki zagraniczne; wycieczki krajowe stanowią tylko 26%.

Ostatnią sprawą, o którą pytano w badaniu, była znajomość języków; bardzo mało osób odpowiedziało, iż nie jest to istotne – tylko 6%. Większość uważa, że często jest to jeden z głównych tematów rozmów kwalifikacyjnych, który potrafi przeważać szalę na korzyść pilota bez doświadczenia. Wśród języków najbardziej preferowanych przez organizatorów turystyki (można było zaznaczyć kilka odpowiedzi) w województwie pomorskim znalazły się takie języki, jak: angielski, niemiecki, włoski czy hiszpański. Trochę dalej plasują się języki skandynawskie, rosyjski i francuski. Jednak na przykład w przypadku rosyjskiego organizatorzy zaznaczali, że zapotrzebowanie na ten język może wótce znacznie wzrosnąć.

Dwa ostatnie pytania dotyczyły kwestii przeprowadzania przez organizatorów turystyki badań zadowolenia klienta. Poprzez badanie zamierzano również sprawdzić to, czy organizatorzy turystyki w ogóle sprawdzają, czy jakość ich usług jest zadowalająca w oczach klientów. Okazało się, że 74% respondentów przeprowadza badania zadowolenia, natomiast 26% badanych nie wykonuje takich badań w ogóle. Częstotliwość przeprowadzanych badań zadowolenia klienta jest różna, ale w większości biur prowadzona jest po każdej odbytej imprezie turystycznej, co pozwala stwierdzić, czy jakość usług utrzymuje się na tym samym poziomie czy spada, czy wzrasta. Wówczas można wykonać następne badania, aby dowiedzieć się, co jest powodem zmiany. W 77% badań zadowolenia klienta, prowadzonych przez respondentów, zawarte są także pytania dotyczące bezpośrednio pracy pilotów wycieczek. Jest to szczególnie ważne dla utrzymania wysokiej jakości usług, gdyż – jak już wspomniano – pilot odgrywa główną rolę w utrzymaniu ich jakości podczas realizacji imprezy. 23% badanych nie przeprowadza ankiet ani innych badań w celu uzyskania informacji, czy klienci są zadowoleni z pracy pilota, który opiekował się nimi podczas imprezy turystycznej. Jeżeli biuro przeprowadza badania dotyczące pracy pilota, stara się, aby takie badania były przeprowadzane po każdej imprezie, bez względu na to, czy jest to wycieczka autokarowa, promowa, samolotowa czy dotyczy pracy rezydenta w innym kraju. Dzięki takim badaniom organizator ocenia, który z pilotów sprawdza się w pracy. Dodatko-

wo świadomość, że organizator takie badania wykonuje, może dopingować pilotów do lepszej pracy, zwłaszcza jeśli później wiąże się to z gratyfikacją.

Najczęstszą i najłatwiejszą formą kontroli pracy pilota i dokładnych badań zadowolenia klienta z jego pracy jest przeprowadzenie takiego badania w trakcie imprezy turystycznej lub zaraz po jej zakończeniu. Wśród badanych przez mnie organizatorów turystyki około 25% przyznało, iż najlepszym dla nich sposobem dotarcia do klienta jest przekazanie pilotowi krótkich ankiet (najlepiej z firmowymi długopisami gratis) wręczanych turystom ostatniego dnia imprezy, a następnie zbieranych w momencie pożegnania.

Podsumowując, badanie przeprowadzone w grupie organizatorów turystyki dało odpowiedź na pytanie, czy Ustawa zawiera właściwe wytyczne dla kandydatów na pilotów wycieczek. Pozwalają one nie tylko wyeliminować jednostki słabe pod względem zdrowotnym czy z przeszłością kryminalną, ale umożliwiają także kontrolowanie jakości usług pilotażu. Poprzez cały proces kształcenia i egzaminowania pilotów, który nie jest łatwy, kształtuje się jakość usługi sprzedawanej później przez biuro podróży.

Dodatkowo ankieta wykazuje, że przyszli pracodawcy nie skreślają młodych, wchodzących dopiero na rynek, pilotów wycieczek, wręcz przeciwnie: dają młodym szansę na sprawdzenie swoich umiejętności. Wiek, płeć czy doświadczenie nie ma aż tak wielkiego znaczenia w procesie rekrutacji. Najbardziej istotne są: wykształcenie, znajomość języków oraz sposób bycia przyszłego pilota.

Wyniki tej ankiety pozwalają stwierdzić, iż niewielkie zmiany w Ustawie, np. zwiększenie liczby zajęć praktycznych, pozwoliłyby na polepszenie jakości tych usług. Dodatkowo istotne są też dokładne badania zadowolenia klientów z usługi, gdyż pomagają wprowadzać zmiany, udoskonalenia dla dobra biura i zadowolenia klientów.

WNIOSKI

1. Usługi turystyczne są specyficznym rodzajem usług świadczonymi przez organizatorów turystyki na rzecz klientów. Ich specyficzny charakter wynika zarówno z ich komplementarności, substytucyjności, abstrakcyjnego charakteru, zróżnicowanego popytu – uzależnionego od sezonu. Dodatkowo na specyfikę tych usług wpływa również fakt, iż nie mogą być one magazynowane, przy czym podczas świadczenia usługi obecność klienta jest konieczna. Tak duża złożoność usług turystycznych powoduje, iż pojęcie jakości staje się coraz bardziej istotne dla organizatorów turystyki.

2. Na jakość usługi turystycznej wpływa wiele czynników, między innymi: dobra organizacja imprezy dzięki wcześniejszemu zbadaniu oczekiwań grupy docelowej, profesjonalizm w doborze kontrahentów, a przede wszystkim doskonała realizacja usługi, zgodna z umową zawartą z klientem.

3. Nad dobrą realizacją usługi czuwa pracownik oddelegowany przez organizatora, jakim jest pilot wycieczek, który dzięki swojemu wykształceniu i doświadczeniu sprawdza, czy wszystkie usługi są świadczone zgodnie z umową i który może także reagować w przypadku złej realizacji usług lub ich braku. Wpływa to przede wszystkim na postrzeganie danego organizatora turystyki przez klienta, a więc na jakość usługi świadczonej przez biuro podróży.

4. Proces kształcenia pilotów jest bardzo złożony i kończy się uzyskaniem uprawnień państwowych. Po otrzymaniu uprawnień piloci mogą się doksztalać, co wpływa na to, jak będą postrzegani przez pracodawców. Im większe jest doświadczenie i wykształcenie pilota wycieczek, tym większa jest szansa na otrzymanie przez niego pracy w biurze podróży.

5. Badania wykazują jednoznacznie, iż przyszli pracodawcy zwracają uwagę na to, by zatrudniane osoby miały odpowiednie wykształcenie; uwaga głównie zwrócona została na znajomość języków obcych. Dla pracodawców ważne było również doświadczenie, które bezpośrednio wpływa na jakość usługi oferowanej turystom.

6. 74% biur podróży z terenu województwa pomorskiego prowadzi badania dotyczące zadowolenia klienta w celu poprawiania jakości swoich usług. W przypadku 77% biur prowadzących takie badania pojawiają się pytania dotyczące jakości pracy pilota wycieczek, co pomaga bezpośrednio wpływać na jakość usług, np. poprzez zmianę oferty kierowanej do klienta lub poprzez rezygnację ze współpracy z pilotem, który nie wywiązuje się (zdaniem klienta) ze swoich obowiązków.

7. Organizatorzy postrzegają zawód i pracę pilota wycieczek jako ważny element budowania jakości usług sprzedawanych przez biura podróży turystom i wiedzą, iż np. poprzez dodatkowe szkolenia (doksztalanie) dla pilotów wycieczek można jakość tych usług znacznie zwiększyć, co z kolei wiąże się z większymi zarobkami biura.

8. Wszyscy badani uważają, iż pilot wycieczek jest osobą, która ma ogromny wpływ na postrzeganie jakości usług przez uczestników imprezy i na późniejsze postrzeganie danego biura jako całości; zawód pilota wycieczek jest niezwykle istotny w procesie budowania jakości usługi turystycznej oferowanej przez biura podróży.

PIŚMIENNICTWO

- Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych**, 2010. Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Ministerstwo Sportu i Turystyki, www.turystyka.gov.pl, dostęp dn. 13.06.2010 r.
- Gaworecki W.W.** 2007. Turystyka. Warszawa, PWE, 239–241.
- Kaczmarczyk S.** 2003. Badania marketingowe. Warszawa, PWE, 170.
- Kompendium pilota wycieczek**. 2008. Red. Z. Kruczek. Kraków, Wydaw. PROKSENIA, 107.
- Kruczek Z.** 1996. Pilotaż wycieczek zagranicznych. Kraków, Wydaw. Mentor, 24.
- Mazur J.** 2002. Zarządzanie marketingiem usług. Warszawa, Wydaw. Difin, 100.
- Rapacz A.** 1999. Jakość sposobem konkurencji przedsiębiorstw i regionów turystycznych, w: *Rozwój usług turystycznych u progu XXI wieku*. Red. G. Gołębski. Poznań, Wydaw. AE, 21–24.
- Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 28 czerwca 2001 r. w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek**. DzU z 30 sierpnia 2004 r., nr 188, poz. 1944, tekst jednolity.
- Tyblewski T.** 1975. Szkic modelu przewodnickiego. *Jantarowe Szlaki* 11–12, 54–55.
- Urbaniak M.** 2004. Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka. Warszawa, Wydaw. Difin., 13.
- Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r.** DzU z 2004 r., nr 223, poz. 2268.
- Wajdzik M., Kruczek Z.** 2006. *Metodyka i technika pracy pilota – rezydenta*. Kraków, Wydaw. PROKSENIA, 55.
- Wanagos M.** 2008. Znaczenie edukacji marketingowej w zawodzie pilota wycieczek i przewodnika turystycznego, w: *Marketing nowe trendy w marketingu dla inżynierów*. Red. D. Dąbrowski. Gdańsk, Wydaw. PG, 195.