



EKSPERTYZA

SYSTEMY CERTYFIKACJI W TURYSTYCE KRAJOWEJ I MIĘDZYNARODOWEJ

DLA PROJEKTU

SEKTOROWA RADA DS. KOMPETENCJI TURYSTYKI

dr Bartłomiej Walas
Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii, Sucha Beskidzka

sierpień 2017



SPIS TREŚCI

1.	NORMALIZACJA - ZAGADNIENIA WSTĘPNE.....	4
1.1.	NORMALIZACJA	6
1.2.	ZMIANY WPROWADZONE W ISO 9001:2015	7
2.	AKREDYTACJA I CERTYFIKACJA – ROZWIĄZANIA INSTYTUCJONALNE	7
2.1.	AKREDYTACJA	8
2.2.	CERTYFIKACJA	9
2.3.	AKREDYTACJA I CERTYFIKACJA WE WYBRANYCH KRAJACH EUROPEJSKICH.....	12
3.	SYSTEMY CERTYFIKACJI JAKOŚCI W TURYSTYCE	13
3.1.	KONTEKST EUROPEJSKI	15
3.2.	MODEL FUNKCJONOWANIA SYSTEMU JAKOŚCI W SEKTORZE TURYSTYCZNYM.....	17
3.3.	KRAJOWE CERTYFIKATY JAKOŚCI TURYSTYCZNEJ	19
3.3.1.	HISZPANIA	21
3.3.2.	FRANCJA.....	22
3.3.3.	SZWAJCARIA	23
3.3.4.	NIEMCY	23
3.3.5.	REPUBLIKA CZESKA.....	26
3.3.6.	WIELKA BRYTANIA.....	26
3.3.7.	WĘGRY.....	27
3.3.8.	NORWEGIA	27
3.3.9.	POLSKA.....	29
3.4.	CERTYFIKATY BRANŻOWE DOSTĘPNE W POLSCE.....	30
3.5.	CERTYFIKATY W HOTELARSTWIE	34
3.6.	CERTYFIKATY PORTALI REZERWACYJNYCH.....	37
3.7.	CERTYFIKATY REGIONALNE I TEMATYCZNE	38



3.8.	CERTYFIKATY I KONKURSY DLA BIUR PODRÓŻY W POLSCE.....	40
4.	CERTYFIKACJE KOMPETENCJI.....	42
5.	WNIOSKI I REKOMENDACJE.....	47
6.	BIBLIOGRAFIA	52



1. Normalizacja - zagadnienia wstępne

Najważniejszym czynnikiem określającym jakość usługi turystycznej – a więc poziom zadowolenia klienta – jest zgodność między oczekiwaniami a percepcją usługi przez klienta.

Powyższa teza wskazuje, że systemy certyfikacji nie tylko muszą spełniać wymagania ścieżki formalnej, ale również, a w zasadzie głównie, powinny być rozpoznawalne przez klienta/turystę. Liczne badania wskazują, że poszukujemy towarów i usług posługując się rekomendacjami (poleceniem) nieformalnymi (znajomi, dotychczasowi użytkownicy) bądź też formalnymi (znaki towarowe, marki, certyfikaty).

Celem ekspertyzy jest zestawienie systemów certyfikacji usług i produktów turystycznych w Polsce i za granicą, rozwiązań zarządzania certyfikacjami i identyfikacja weryfikowanych kompetencji osobowych w analizowanych certyfikatach o ile występują. Część wnioskowa zawiera rekomendacje.

„...Na rynku dostępnych jest wiele certyfikatów. Ważne, by umieć odróżnić te, które faktycznie potwierdzają solidność marki od tych niewiele wartych, które będą kolejnym dyplomem zawieszonym na ścianie naszego biura, a które nie za wiele wniosą w budowę naszego wizerunku wiarygodnej marki hotelowej”.

Termin „sektor” używamy dla określenia podmiotów zaspokajających różne potrzeby określonej grupy konsumentów, którymi są turyści. Natomiast termin „branża” używamy dla określenia podmiotów zaspokajających tę samą potrzebę turystów np. potrzebę zakwaterowania czy wyżywienia.

Praktykowane systemy certyfikacji stają się elementem współczesnego zarządzania jakością w przedsiębiorstwach. Wprowadzanie zarządzania jakością w branży turystycznej związane jest przede wszystkim z precyzyjnym określeniem poziomu jakości świadczonych usług oraz badaniem i uwzględnianiem potrzeb oraz satysfakcji klienta. Niemniej proces ten jest niezwykle trudny, ze względu na fakt, iż w branży usług turystycznych coraz częściej zarządzanie jakością i komunikacją musi być wynikiem identyfikacji doświadczeń i oczekiwań turysty. Narzędziem takiej inwentaryzacji jest „customer journey map” lub „customer experience map”. Stąd też pojawiają się oponenty systemów standaryzacji usług turystycznych.

Istnieją dwa komponenty jakości usługi. Pierwszy związany jest z procesem realizacji usługi (*service delivery process*) a drugi – rezultatem usługi (*service result*). Są to właściwe dla danej usługi obiekty normalizacji. **Proces działalności normalizacyjnej w sektorze usług koncentruje**

się na pierwszym wyróżniku jakości usługi, tj. procesie świadczenia usługi. O jakości usługi przesądza ocena klienta.

Zarządzanie jakością, w które wpisują się systemy certyfikacyjne wiąże się z koncepcją TQM (Total Quality Management). TQM obejmuje nie tylko doskonalenie wyrobów i usług, ale także jakość pracy (**a więc kwalifikacji ludzi**, środków i przedmiotów pracy, technologii, procesów i systemów marketingowych, projektowych, wytwórczych i eksploatacyjnych, informatyczno-decyzyjnych) i wszystkich innych prowadzących do najlepszego zaspokojenia potrzeb klienta zewnętrznego i wewnętrznego. Istotnym aspektem TQM jest również dostrzeganie szerszych powiązań przedsiębiorstwa z otoczeniem; troską o pełną harmonię w zakresie bezpieczeństwa i warunków pracy (i użytkowania), a także w zakresie ochrony środowiska naturalnego i innych społecznych uwarunkowań. TQM jest podejściem do zarządzania firmą/institucją, w którym każdy aspekt działalności jest realizowany z uwzględnieniem spojrzenia projakościowego. **Uczestniczą w nim wszyscy pracownicy poprzez pracę zespołową, zaangażowanie i stałe podnoszenie kwalifikacji**, bowiem jest to proces ciągłej poprawy jakości a nie tylko zgodności ze stawianymi wymaganiami (normami).

TQM na rynku usług turystycznych w Polsce spotyka się jednak jeszcze z pewnym niezrozumieniem, o czym świadczy poniższa wypowiedź z prasy branżowej:

...”Proces implementacji (wdrażania) międzynarodowych i europejskich standardów w zakresie systemów zarządzania, procesów lub usług wyrażających pożądaną przez klienta jakość danego obiektu standaryzacji, napotyka na poważne trudności w przypadku krajowych przedsiębiorstw turystycznych. Przyczyn tego stanu należy upatrywać w szeregu czynników prawnych, społecznych, ekonomiczno-organizacyjnych oraz politycznych warunkujących ich rozwój. Istniejące trudności związane również z upowszechnianiem międzynarodowych standardów jakości (w tym norm ISO) mogą zostać w najbliższym czasie przezwyciężone. Stanie się tak za sprawą unijnych lub krajowych organów władzy oraz instytucji normalizujących (ISO, CEN) wykorzystujących administracyjno-prawne możliwości regulacji rynku usług (dyrektywa usługowa). Wskazane organizacje postrzegają działalność normalizacyjną (standaryzację), jako potencjalne narzędzie liberalizacji handlu usługami. Argumentacja ta nie przekonuje przedstawicieli branży turystycznej”.

Jak słusznie zauważa M. Jarzębiński w większości przypadków w turystyce proces normalizacji i certyfikacji dotyczy rezultatu usługi a nie procesu wyróżnika jej jakości¹, z uwzględnieniem normy prEN 15565 - usługi turystyczne².

¹ Jarzębiński J., Standardy jakości w turystyce, opracowania dla UM Krakowa, 2007, maszynopis

² Usługi turystyczne - wymagania dotyczące szkolenia zawodowego i programów kwalifikacji przewodników turystycznych



1.1. Normalizacja

Normalizacja to opracowywanie i stosowanie norm. Celem normalizacji jest ograniczenie różnorodności (ujednoczenie). Wynikiem normalizacji są normy. Obiektem normalizacji może być np. produkt- przedmiot (wyrób), usługa (czynność), proces, system, instytucja. Pojęcie normalizacji zostało zdefiniowane w Polsce w ustawie z dn. 12 września 2002 r. o normalizacji (Dz. U. z 2002 r., nr 169, poz. 1386) jako działalność zmierzająca do uzyskania optymalnego, w danych okolicznościach, stopnia uporządkowania w określonym zakresie, poprzez ustalenie postanowień przeznaczonych do powszechnego i wielokrotnego stosowania, dotyczących istniejących lub mogących wystąpić problemów.

Za podstawowy dokument normalizacyjny uważa się normę, **którą stanowi grupa przyjętych, na zasadzie porozumienia zainteresowanych organizacji lub osób, postanowień do dobrowolnego zastosowania. Polski Komitet Normalizacyjny (PKN)** jest krajową jednostką normalizacyjną i jednocześnie państwową budżetową jednostką organizacyjną (podlega Radzie Ministrów). PKN nie jest organem administracji rządowej, jest podmiotem prawa publicznego. Działa z mocy Ustawy z dnia 12 września 2002 r. o normalizacji.

Wyróżnić można **trzy grupy norm**:

- a. **Normy wewnętrzne**: stosowane dla danej branży, na użytek jednego przedsiębiorstwa lub grupy przedsiębiorstw (w turystyce np. procedury pracy recepcji hotelowej, standardy grup hotelowych...)
- b. **Zewnętrzne obowiązkowe**: wprowadzane z mocy prawa przez państwo (np. kategoryzacja obiektów noclegowych)
- c. **Normy zewnętrzne fakultatywne**: zatwierdzone przez organ normalizacyjny, ale nie mające charakteru obowiązkowego (np. normy ISO, normy krajowe PN), do której zalicza się także norma prEN 15565³.

Wdrażanie niektórych systemów zarządzania jakością jest obligatoryjne (stosowane z mocy prawa), np. system HACCP, inne fakultatywne (dobrowolne) np. ISO 9001, ISO 14001, ISO 18000. Z kolei certyfikacja systemów zarządzania jakością jest dobrowolna. Certyfikat zgodności np. z normą ISO 9001:2015, ISO 14001 stwierdza, że firma spełnia kryteria określone w danej normie i potwierdza skuteczność wdrożonego systemu.

W ramach **zapewnienia jakości usług** wprowadzona w 2006 roku **dyrektywa usługowa**⁴ UE zainspirowała zwiększanie jakości usług poprzez zachęcanie usługodawców do dobrowolnej certyfikacji ich działalności lub sporządzenia własnej karty jakości oraz zachęcanie, zwłaszcza organizacji lub stowarzyszeń zawodowych, do sporządzenia europejskich kodeksów postępowania.

³ Usługi turystyczne - wymagania dotyczące szkolenia zawodowego i programów kwalifikacji przewodników turystycznych

⁴ dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r.



1.2. Zmiany wprowadzone w ISO 9001:2015

W celu ułatwienia stosowania różnych norm systemów zarządzania, w *Dyrektywach ISO/IEC*, Część 1, Skonsolidowany Suplement ISO, załącznik SL określono **wspólną jednolitą strukturę nowych i nowelizowanych norm systemów zarządzania oraz wspólny podstawowy tekst, podstawowe terminy i definicje**. Tekst normy przeredagowano w taki sposób, aby była łatwiejsza do stosowania przez firmy usługowe. Termin „wyrób” zastąpiono terminem „wyroby i usługi”, który uwzględnia wszystkie kategorie danych wyjściowych (sprzęt, oprogramowanie, usługi, materiały przetworzone). Wyodrębnienie usług ma na celu podkreślenie różnic w stosowaniu niektórych wymagań w odniesieniu do wyrobów i usług. Cechą usług jest przynajmniej częściowa realizacja danych wyjściowych we współpracy z klientem. Wprowadzono wymagania dotyczące określenia kontekstu organizacji oraz zainteresowanych stron zainteresowanych istotnych dla systemu zarządzania jakością i ich potrzeb i oczekiwań, które mogą mieć wpływ na planowanie systemu zarządzania jakością i mogą być wykorzystane jako dane wejściowe do opracowania systemu. ISO 9001:2015 wymaga określenia zakresu systemu zarządzania jakością. Przy określaniu zakresu należy wziąć pod uwagę kontekst organizacji, wymagania istotnych stron zainteresowanych oraz wyroby i usługi organizacji. Zakres powinien być dostępny i utrzymywany jako udokumentowana informacja i określać wyroby i usługi objęte systemem zarządzania jakością oraz uzasadnienie przypadków, w których wymagania normy nie może być zastosowane. Istotną zmianą w ISO 9001:2015 w stosunku do dotychczasowych wymagań dotyczących procesów potrzebnych w systemie zarządzania jakością jest: określenie wymaganych wejść i oczekiwanych wyjść procesów, przydzielenie odpowiedzialności i uprawnień w ramach procesów, uwzględnienie określonych ryzyk i szans oraz ocena procesów i wdrażanie niezbędnych zmian. Wprowadzono potrzebę określenia i utrzymywania wiedzy niezbędnej do funkcjonowania procesów i uzyskania zgodności wyrobów i usług. **Wymagania dotyczące wiedzy** zostały wprowadzone między innymi w celu „wspierania organizacji w zdobywaniu wiedzy np. poprzez uczenie się z nabytego doświadczenia, mentoring i benchmarking”.

2. Akredytacja i certyfikacja – rozwiązania instytucjonalne

Akredytacja to potwierdzenie kompetencji według określonego zakresu działania

Certyfikacja to przedsięwzięcie ze strony niezależnej jednostki, które wykazuje, że istnieje odpowiednie zaufanie, iż prawidłowo oznaczony wyrób, proces lub usługa są zgodne z określoną normą lub innymi dokumentami normatywnymi.

Dla ujednolicenia działania w zakresie akredytacji i certyfikacji w Unii Europejskiej ukształtowała się **trójpoziomowa struktura systemu akredytacji i certyfikacji**, na którą składa się:

- **organ akredytujący jednostki certyfikujące**, laboratoria badawcze i wzorcujące oraz jednostki inspekcyjne (kontrolujące). Z reguły w krajach UE jest tylko jedna jednostka akredytująca, działająca pod egidą rządu (w zależności od kraju są różne formy powiązania i różny status takiej jednostki),
- **jednostki certyfikujące** wyroby, systemy zarządzania (jakością, środowiskowe, bezpieczeństwem i higieną pracy, odpowiedzialnością społeczną biznesu, bezpieczeństwem żywności), personel,
- **organizacje, wyroby, usługi poddawane procesowi certyfikacji.**

2.1. Akredytacja

Dla certyfikacji istotne znaczenie ma proces **akredytacji**, a więc **potwierdzenia kompetencji** według określonego zakresu działania. Akredytacja to procedura, w wyniku, której **upoważniona jednostka organizacyjna oficjalnie uznaje, że wskazana jednostka lub osoba jest kompetentna do wykonywania określonych zadań**. Jednostka upoważniona, inaczej autoryzowana lub notyfikowana to **jednostka uprawniona przez władze państwowe**. W krajach UE władze krajowe z reguły upoważniają tylko jedną jednostkę do akredytacji. Akredytowane są jednostki kontrolne, laboratoria badawcze i wzorcujące. Akredytacja oznacza również uznawanie kompetencji jednostek certyfikujących do prowadzenia certyfikacji wyrobów, **personelu** i systemów zarządzania.

Zasady akredytacji ujęte są w międzynarodowych normach i wytycznych, w których określone są wymagania, zarówno dla jednostek akredytujących, jak i dla podlegających akredytacji jednostek oceniających zgodność. Uzyskanie akredytacji oznacza, że akredytowane podmioty zostały ocenione według tych norm i wytycznych. Zgodnie z polityką jakości UE i funkcjonowaniem systemu akredytacji i certyfikacji, w Polsce funkcjonuje jedna instytucja mająca autoryzację rządową do akredytacji jednostek certyfikujących, inspekcyjnych i laboratoriów – **Polskie Centrum Akredytacji**. Podstawą prawną funkcjonowania systemu akredytacji, certyfikacji i badań w Polsce jest ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 roku o systemie oceny zgodności oraz Ustawa z dnia 15 grudnia 2006 roku o zmianie ustawy o systemie oceny zgodności oraz zmianie niektórych ustaw, która weszła w życie z dniem 7 stycznia 2007 roku. Ustawa ta dokonuje wdrożenia 38 dyrektyw UE, ustanawia, iż system nadzoru nad rynkiem dotyczący obszaru regulowanego przepisami prawa (wyrobów podlegających dyrektywom nowego podejścia i oznaczanych obowiązkowo znakiem CE) tworzą Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wyspecjalizowane organy.

Akredytacja ma istotne znaczenie dla administracji publicznej, bowiem jest mechanizmem wykorzystywanym w celu zapewnienia publicznego zaufania w odniesieniu do wiarygodności działań, istotnych z punktu widzenia wpływu na zdrowie, bezpieczeństwo i środowisko. Z tego względu jest często stosowanym sposobem identyfikacji jednostek kompetentnych przy wdrażaniu przepisów prawnych. Akredytacja odgrywa istotną rolę w procesie notyfikacji. Stanowi pomoc techniczną przy ocenie jednostek, które mają być notyfikowane: poprzez zweryfikowanie

kompetencji technicznych jednostki, jej niezależności i bezstronności oraz systemu zarządzania. Potwierdzone jest to podczas regularnego monitoringu i okresowych ocen w nadzorze. Równocześnie przynosi korzyści przedsiębiorcom przyczyniając się do likwidacji barier w handlu poprzez wzajemne uznawanie procedur oceny zgodności (swobodny handel międzynarodowy jest stymulatorem wzrostu ekonomicznego).

2.2. Certyfikacja

Certyfikacja to przedsięwzięcie ze strony niezależnej jednostki, które wykazuje, że istnieje odpowiednie zaufanie, iż **prawidłowo oznaczony wyrób, proces lub usługa są zgodne z określoną normą lub innymi dokumentami normatywnymi**. Krajową jednostką certyfikującą jest **Polskie Centrum Badań i Certyfikacji - PCBC**, które jest akredytowane przez PCA i ma status jednostki notyfikującej w obszarze obowiązkowym dla dziewięciu dyrektyw. PCBC jest również właścicielem znaków przyznawanych w ramach certyfikacji dobrowolnej. Klientom oferowane są następujące znaki: B (bezpieczny wyrób), Q (wyrób wysokiej jakości) Eco (wyrób ekologiczny). Obok w/w znaków certyfikacji PCBC jest jednostką upoważnioną do certyfikacji znaków rolnictwa ekologicznego. PCBC zajmuje się badaniami i certyfikacją wyrobów, systemów zarządzania, szkolenia personelu, certyfikacji osób. Osoby, które ukończą szkolenie według ramowego programu szkolenia PCBC i zdadzą wymagany sprawdzian przeprowadzany przez Zespół Oceniający otrzymują stosowne zaświadczenie lub certyfikat potwierdzający "kwalifikacje".

Z obszaru turystyki występuje **certyfikat kompetencji „Specjalisty ds. jakości i bezpieczeństwa w SPA i Wellness”** (prowadzony przez AWF Kraków i WSTiE w Suchej Beskidzkiej).

Zakład ds. Certyfikacji Systemów Zarządzania PCBC współpracuje z sektorem edukacyjnym (uczelnie i inne organizacja szkoleniowe) w zakresie szkolenia według wymagań uprawniających do uzyskania certyfikatów osób.

PCBC prowadził certyfikację **EuropeSpa** realizowaną na terenie całej Europy, lecz nie spotyka się ona z zainteresowaniem przedsiębiorców. Wszystkie obiekty oferujące usługi profilaktyczno-rehabilitacyjno-wypoczynkowe stają się przedmiotem jednolitych wymagań jakościowych, a dzięki temu mogą być obiektywnie porównywalne. Niemniej o certyfikaty te ubiega się w wielu krajach minimalna liczba obiektów.

Ze względu na **przedmiot certyfikacji** wyróżnia się:

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

Ze względu na **podmiot, który żąda certyfikatu** wyróżnia się:

- **Certyfikat urzędowy** – wymagany jest przez ustawodawcę i z reguły dotyczy problemów bezpieczeństwa konsumentów, środowiska naturalnego. Certyfikaty należące do tej grupy muszą być wystawiane bez względu na wolę stron umowy. Przedsiębiorstwa turystyczne korzystają z wyrobów, które podlegają takiej certyfikacji. Przykładem mogą być urządzenia zasilane energią elektryczną. Wyposażając hotel w żelazka, lodówki, suszarki należy pamiętać, że te urządzenia muszą być oznakowane znakiem CE, który oznacza, że wyrób jest zgodny z wymaganiami zasadniczymi, co utożsamiane jest z jego bezpieczeństwem. Nie można więc zakupić tych urządzeń z kraju z poza UE.
- **Certyfikat komercyjny** – wymagany przez partnera umowy gospodarczej. Posiadanie tego certyfikatu jest wymagane przez kontrahenta. Przykładem może być firma, która przed podpisaniem wieloletniej umowy na organizowanie szkoleń i konferencji stawia warunek posiadania przez hotel certyfikatu systemu zarządzania jakością ISO 9001.
- **Certyfikat promocyjny** – nie wymagany przez prawo czy partnera umowy gospodarczej. Przedsiębiorstwa starają się o różne certyfikaty noszące znamiona rekomendacji, aby być bardziej konkurencyjnymi. Często są to certyfikaty systemu zarządzania jakością ISO 9001, czy zarządzania środowiskowego ISO 14001, ale również certyfikaty organizacji branżowych (np. certyfikat produktu turystycznego Polskiej Organizacji Turystyki, rekomendacja Profesional Congress Organiser). Pojawiają się coraz powszechniej certyfikaty wystawiane przykładowo przez OTA (np. booking.com) oparte głównie na subiektywnych wrażeniach dotychczasowych klientów.

Jeżeli założyć, iż certyfikat wystawiany ma być w oparciu o zobiektywizowane kryteria normatywne, audyt, powtarzalną w czasie kontrolę to istnieje szereg standaryzowanych wyróżników jakości, które nie spełniają kryteriów nazwy „certyfikat”, pomimo używania takiego określenia.

Ze względu na **status podmiotu wystawiającego certyfikat**:

1. **Certyfikat pierwszej strony** – wystawiany przez dostawcę wyrobu lub usługi (deklaracja dostawcy),
2. **Certyfikat drugiej strony** – świadectwo badania technicznego wystawia odbiorca (jest to rzadki przypadek),
3. **Certyfikat trzeciej strony** – wystawiany przez niezależną jednostkę certyfikującą.

Dla ujednoczenia działania w zakresie akredytacji i certyfikacji w Unii Europejskiej ukształtowała się **trójpoziomowa struktura systemu akredytacji i certyfikacji**, na którą składa się:

1. **organ akredytujący jednostki certyfikujące**, laboratoria badawcze i wzorcujące oraz jednostki inspekcyjne (kontrolujące). Z reguły w krajach UE jest tylko jedna jednostka akredytująca działająca pod egidą rządu (w zależności od kraju są różne formy powiązania i różny status takiej jednostki). W Polsce w obszarze akredytacji działa Polskie Centrum Akredytacji – PCA, które jest instytucją rządową,



2. **jednostki certyfikujące** wyroby, systemy zarządzania (jakością, środowiskowe, bezpieczeństwem i higieną pracy, odpowiedzialnością społeczną biznesu, bezpieczeństwem żywności), personel,
3. **organizacje, wyroby, usługi poddawane procesowi certyfikacji.**



B. Walas, Opracowanie własne

W praktyce wdrażania systemów zarządzania jakością w postaci certyfikatów można zaobserwować następujące **motywacje**:

- Uzyskanie certyfikatu stanowi cel sam w sobie, traktując system, jako element marketingu, a często dlatego, że dobrze jest posiadać certyfikat, bo inne organizacje już go posiadają,
- Uzyskania certyfikatu wymagają klienci, uzależniając zawarcie kontraktu od jego posiadania lub stawiając jako warunek np. uczestnictwa w ogłaszanych przetargach, kontraktowania gości dla hotelu,
- Świadome wdrażanie systemu z oczekiwaniem, że wpłynie on na poprawę stanu organizacji i zarządzania firmą, a tym samym przyniesie wymierne efekty, zwłaszcza ekonomiczne. W tym przypadku samo uzyskanie certyfikatu jest często sprawą wtórną, drugorzędną⁵,
- Na podstawie obserwacji można także stwierdzić fakt wprowadzania certyfikacji/rekomendacji, celem **wyróżnienia się instytucji certyfikujące na rynku wobec potencjalnie zainteresowanych certyfikacją przedsiębiorstw lub ich produktów**

⁵ Standardy jakości w turystyce-wytyczne wdrażania standardu jakości w organizacji turystycznej (red. J. Kowalczyk), Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, 2004, s.117.



2.3. Akredytacja i certyfikacja we wybranych krajach europejskich

Na poziomie europejskim, akredytacja posiada uprzywilejowane miejsce. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 339/93 - wprowadza obowiązek utworzenia w każdym kraju członkowskim jednostki akredytującej. Na poziomie europejskim, krajowe jednostki akredytujące wprowadziły system audytów krzyżowych w celu zapewnienia wzajemnego uznawania ich usług⁶. Jego realizacja jest zapewniona przez European Cooperation for Accreditation (EA), która skupia wszystkie europejskie organizacje akredytacyjne.

FRANCJA

Francuski Komitet Akredytacyjny (COFRAC) jest jedynym organem odpowiedzialnym za wydawanie akredytacji dla instytucji zajmujących się oceną zgodności norm jakościowych. Jest stowarzyszeniem założonym w 1994 w Paryżu przez administrację publiczną. Według COFRAC wszystkie instytucje-beneficjenci akredytacji są reprezentowane w zarządzie. COFRAC jest członkiem Europejskiej Organizacji EA (European Accreditation), która z kolei jest członkiem ILAC (Międzynarodowe Laboratorium Akredytacyjnej).

Akredytacja dotycząca turystyki, rekreacji i gastronomii prowadzana przez COFREC obejmuje podmioty zajmujące się kategoryzacją bazy noclegowej (akredytacja obowiązkowa) oraz akredytacje nieobowiązkowe instytucji zajmujących się certyfikacją lokalnego hotelarstwa i gastronomii, biur informacji turystycznej, publicznych i społecznych instytucji zajmujących się turystyką odpowiedzialną (le tourisme responsable), certyfikacją gastronomii bio.

System normalizacji i certyfikacji jest prowadzony przez **AFNOR** (grupa interesu generalnego i rozwoju ekonomicznego – status prawny nie istniejący w Polsce, bliski spółce celowej) powstały w 1926 roku, a kolejnie integrujący inne instytucje. Aktualnie członkiem jest ponad 3000 przedsiębiorstw. AFNOR umocowuje inne instytucje do zadań sektorowych. Innymi instytucjami normalizacji i certyfikacji są uprawnione przez Ministra odpowiedzialnego za przemysł sektorowe biura normalizacji (BNS). AFNOR opracowuje i ustanawia normy jakościowe. Posiadając wiedzę z zakresu krajowego i zagranicznych systemów normalizacji i certyfikacji AFNOR proponuje także usługi „szyte na miarę” w zakresie ewaluacji i wykonalności. AFNOR dysponuje ponad 1200 partnerami w 13 delegaturach regionalnych i 28 w różnych krajach. Ilość klientów szacuje się na 75000. AFNOR koncentruje się na czterech filarach działalności: normalizacja, certyfikacja, szkolenie, wprowadzanie rozwiązań i usług informacji technicznej.

⁶ Audyt krzyżowy jest czynnością sprawdzającą, przeprowadzaną u kontrahenta kontrolowanej instytucji.

Instytucja jest podzielona organizacyjnie między innymi na AFNOR Standaryzacja oraz AFNOR Certyfikacja. W zakresie standaryzacji identyfikuje się potrzeby, rozwija strategię normatywną, koordynuje i kieruje działalnością biur normalizacyjnych, zapewnia uczestnictwo wszystkich zainteresowanych stron w debatach i zapewnia uznawanie norm. Certyfikacja AFNOR, przeprowadza proces certyfikacji w obszarach marek NF (np. biura informacji turystycznej) i AFAQ (według nor ISO). W strukturze instytucji występuje również AFNOR Kompetencje, będące liderem szkoleń w zarządzaniu jakością, bezpieczeństwem i środowiskiem.

HISZPANIA

Systemy certyfikacji zarządzane są przez stowarzyszenie **AENOR** (Asociación Española de Normalización y Certificación), które jest odpowiedzialne za przeprowadzanie kontroli w celu zapewnienia zgodności certyfikatów z wymogami przepisów prawa, oraz zapewnienia wysokiej jakości usług, bezpieczeństwa i profesjonalizmu. W 2001 został powołany **AENOR International**. Umiejscowienie działalności AENOR pozwala na przekazanie doświadczeń i sukcesów certyfikacji do innych krajów, dodając szczególną wartość wymaganą przez każdy rynek (w tym w rynek polski). AENOR International zarządza i sprzedaje produkty i usługi certyfikacji na całym świecie. Certyfikował ponad 800 typów organizacji/instytucji/atrakcji w sektorze turystyki: od plaż i muzeów do hoteli i restauracji, do uzdrowisk, parków narodowych i osób zaangażowanych w działalności instytucji kulturalnych, rekreacyjnych, sportowych i transportu pasażerskiego. W zakresie usług turystycznych AENOR delegowała swe kompetencje w zakresie znaku jakości do Instytutu Turystyki Jakość Hiszpańskiej (ICTE - Instituto para la Calidad Turística Española).

WIELKA BRYTANIA

Akredytacja prowadzona jest przez United Kingdom Accreditation Service (UKAS). UKAS wydaje certyfikaty akredytacji i limity akredytacji dla konkretnego organu certyfikującego w formie harmonogramu. UKAS jest firmą prywatną niepubliczną, działającą w interesie publicznym jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. UKAS ma swoich „posłów” (zamiast akcjonariuszy), którzy reprezentują instytucje zainteresowane akredytacją – administrację rządową i samorządową, przedsiębiorstwa, konsumentów.

3. Systemy certyfikacji jakości w turystyce

Na polskim rynku turystycznym obserwuje się wzrost zainteresowania różnego rodzaju certyfikatami.

- **Certyfikaty obowiązkowe** - przedsiębiorstwa turystyczne (hotelarstwo, gastronomia) nie muszą się o nie starać, ale powszechnie korzystają z wyrobów, które muszą być oznakowane znakiem CE wskazującym na to, że produkt spełnia wymogi wprowadzone przez dyrektywy, a tym samym jest bezpieczny w użytkowaniu. W wyposażeniu hoteli znajduje się cały szereg urządzeń oznakowanych znakiem CE np. wszelkiego rodzaju



wyroby elektryczne, elektroniczne, środki ochrony indywidualnej, dźwigi itp. Oznakowaniu takiemu podlegają również łodzie rekreacyjne.

- **Certyfikaty kateryzacyjne** obowiązkowe lub dobrowolne
- **Certyfikaty wewnętrznych standardów** (np. dla recepcji, strefy SPA)
- **Certyfikaty dobrowolne rekomendacyjne**, które można podzielić na dwie grupy:
 - ✓ Specyficzne dla sektora turystycznego,
 - ✓ Certyfikaty i konkursy skierowane do wielu sektorów, stosowane również w sektorze turystycznym.

Certyfikaty sektora turystycznego są przyznawane w hotelarstwie, gastronomii oraz produktom turystycznym (atrakcje, pakiety, miejsca docelowe, wydarzenia, szlaki tematyczne itp.) przez różne organizacje, stowarzyszenia, instytuty, szkoły wyższe, pisma, samorządy terytorialne. Część dobrowolnych certyfikatów ma charakter konkursowy, a więc przyznawanych jest bez szczegółowych procedur i ma jedynie charakter rekomendacyjny wobec klienta. Duża liczba certyfikatów związanych z turystyką, obejmujących mały obszar, przyznawanych przez lokalne organizacje czy też samorządy, nie spełnia pokładanych w nich przez twórców nadziei. Brak dostatecznych środków na ich promocję, a w szczególności brak systematycznego nadzoru nad certyfikowanymi obiektami, usługami, produktami sprawia, że jakość certyfikatów jest niedostateczna i **nie spełnia swojej podstawowej roli, czyli stymulacji podnoszenia jakości usług turystycznych.**

Nic nie stoi na przeszkodzie, aby podmioty działające w branży turystycznej wdrożyły system zarządzania jakością wg normy serii ISO 9001, jednakże trzeba mieć świadomość, że jest to spore wyzwanie, zwłaszcza dla mniejszych firm, niekoniecznie dające się zdyskontować ekonomicznie w przewidywalnej perspektywie czasowej. Dlatego też wiele z mniejszych firm sięga po oferty dotyczące certyfikacji jakości usług turystycznych czy choćby certyfikacji ich ekologicznego charakteru.⁷

Występuje w Polsce kilka systemów certyfikacji, które nie są przeznaczane wyłącznie dla usług turystycznych, ale poddają się nim także przedsiębiorstwa turystyczne:

Najwyższa Jakość „Quality International” jest przedsięwzięciem, skierowanym do działających na terytorium Polski instytucji, producentów i usługodawców, posiadających czytelną politykę jakości w odniesieniu do produktu, usługi lub/i systemu zarządzania. Prowadzony jest przez Media Press z Katowic. W skład Kapituły wchodzi przedstawiciele Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Polskiego Forum ISO 9000 i przedstawiciele redakcji Forum Biznesu.

⁷ Podręcznik standardów jakości produktów lokalnych i turystyki przyjaznej środowisku, Podkarpacka Izba Gospodarcza-Krosno oraz Helvetas Swiss Intercooperation, Berno, 2013, PDF, s.37.





Programowi patronują: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Polski Komitet Normalizacyjny oraz Katedra Zarządzania Jakością Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Laureaci Programu są wyłaniani w trzech kategoriach: QI product - produkt najwyższej jakości, QI services - usługi najwyższej jakości, QI order - zarządzanie najwyższej jakości, i ponadto w czterech grupach podmiotów, uzależnionych od wielkości zatrudnienia, dzieląc certyfikowane firmy na małe, średnie i duże oraz w odrębnej grupie - Samorząd.

Godło Promocyjne Teraz Polska – program prowadzony przez Fundację Polskiego Godła Promocyjnego, którego celem jest promowanie w kraju oraz za granicą produktów, usług oraz gmin. Najlepsze produkty i usługi wyłaniane są rokrocznie w Konkursie o przyznanie Polskiego Godła Promocyjnego "Teraz Polska". Od 2007r. nagradzane są także gminy. Od marca 1992 przekazano w powiernictwo Prezydentowi RP prawa do Polskiego Godła Promocyjnego "Teraz Polska" a od października 1996 Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego została objęta patronatem urzędu Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej.



3.1. Kontekst europejski

Główne problemy sektora turystycznego w kontekście jakości usług i kompetencji zawodowych, wskazywane przez ekspertów to: niskie zarobki, **popyt na elastyczność personelu, niewielki poziom szkoleń, wysoki rotacja personelu, brak umiejętności**. Jednocześnie zwraca się uwagę, że kwalifikacje pracowników sektora turystycznego (np. orientacja na klienta) są doceniane przez inne sektory, a równocześnie kwalifikacje z innych sektorów są przydatne w turystyce. Obserwowanym powszechnie zjawiskiem jest również opuszczanie sektora przez wykwalifikowanych pracowników oraz nie wchodzenie do sektora wielu wyszkolonych absolwentów szkół turystyki. Specyfika struktury wielkości firmy w turystyce, w której ponad 90% stanowią mikro i małe przedsiębiorstwa, wpływa na praktyki w zakresie HR i kształcenia. Wielozadaniowe, nowo powstające i hybrydowe zawody odzwierciedlają trendy dla nowych rodzajów usług i kompetencji. **Podmioty świadczące usługi turystyczne zgodnie z zasadami zalecenia unijnego⁸ powinny** zapewnić szkolenia wszystkich pracowników zaangażowanych w

⁸ Zalecenie Rady Europejskiej w sprawie europejskich zasad jakości w turystyce z dnia 20.2.2014 COM(2014) 85 final 2014/0043 (NLE).



świadczenie usług bezpośrednio konsumentom, w celu zapewnienia zadowalającego wykonywania powierzonych im zadań. Wymaga się również: odnotowania uczestnictwa w szkoleniu w rejestrze szkoleń pracowników, wyznaczenia koordynatora ds. jakości w celu zapewnienia spójnego podejścia do zarządzania jakością świadczonych usług oraz udziału odpowiednich pracowników w procesie zapewniania jakości.

W Zaleceniu Rady Europejskiej w sprawie europejskich zasad jakości w turystyce z dnia 20.2.2014 COM(2014) 85 final 2014/0043 (NLE) czytamy:..."do tej pory na poziomie UE nie przyjęto żadnych szczegółowych przepisów dotyczących informowania konsumentów o jakości usług turystycznych. Pewne istniejące narzędzia informacyjne, takie jak strony internetowe umożliwiające ocenę i porównanie, mogą pomóc konsumentom w podejmowaniu decyzji, pod warunkiem, że prezentują przejrzyste i wiarygodne informacje. W niektórych państwach członkowskich na zasadzie dobrowolności funkcjonują systemy jakości w sektorze publicznym na poziomie krajowym, niższym niż krajowy lub regionalnym. Istnieje również szereg różnego rodzaju inicjatyw sektorowych na poziomie regionalnym, krajowym lub transnarodowym, które koncentrują się głównie na aspektach związanych z jakością usług charakterystycznych dla danego podsektora turystycznego lub obszaru geograficznego. Jak potwierdzono w analizie rynkowej, przeprowadzonej w kontekście oceny wariantów strategicznych, systemy jakości są bardzo zróżnicowane, a zatem w przypadku porównania wykazują jedynie niewielką spójność pod względem zakresu sektorowego, zasięgu geograficznego, sposobu zarządzania, metodyki i kryteriów oceny. **Duża liczba i różnorodność istniejących systemów jakości funkcjonujących w sektorach prywatnym i publicznym prowadzi do znacznego rozdrobnienia rynku w zakresie oceny jakości usług turystycznych.** Na skutek wspomnianego rozdrobnienia turystom transgranicznym nie zapewnia się spójnych informacji, które umożliwiałyby łatwe ustalenie, co przedstawiają różne systemy jakości oraz w jaki sposób dokonać rozróżnienia między konkurencyjnymi usługami. Prowadzi to do braku jasności i ogranicza zdolność systemów jakości do skutecznego informowania konsumentów o poziomie jakości oferowanych usług turystycznych, utrudniając konsumentom podejmowanie świadomych wyborów, zwłaszcza w przypadku podróży do innego państwa członkowskiego lub z państw trzecich do UE. W związku z rozdrobnieniem systemów jakości nie rekomendują one (np. poprzez korzystniejsze wybory klientów lub lepszą reputację) przedsiębiorstw inwestujących w jakość. Wspomniana **sytuacja zniechęca podmioty** działające w danym sektorze, a w szczególności MŚP o ograniczonych zasobach finansowych, **do podejmowania takich działań.** W rezultacie unijny **sektor turystyczny nie może w pełni wykorzystywać swojej przewagi konkurencyjnej w zakresie jakości usług** ani realizować potencjału gospodarczego poprzez zwiększanie widoczności w odniesieniu do jakości oferowanych usług. Zainteresowane strony z sektora turystycznego nie odniosły dotąd sukcesu, jeżeli chodzi o nawiązanie współpracy na poziomie UE, w dziedzinie zmniejszenia niespójności w całej UE między istniejącymi lub przyszłymi systemami jakości; **nic nie wskazuje też na możliwość pojawienia się jakichkolwiek inicjatyw prywatnych lub publicznych, które mogłyby wpłynąć na poprawę wspomnianej sytuacji.** W związku z tym najpilniejszą potrzebą jest zaradzenie rozdrobnieniu rynku na kilku poziomach. Istniejące rozdrobnienie dotyczące systemów oceny jakości prowadzi do braku jasności i może mieć negatywny wpływ na konkurencyjność europejskiej turystyki". W badaniach z 2012 roku dla



Komisji Europejskiej przeważająca większość przedstawicieli sektora (83%) stwierdziła, że w pełni lub częściowo zgadzają się z tezą, że obecnie systemy jakości dla turystyki są bardzo rozdrobnione i charakteryzują się znaczną niespójnością⁹. Potwierdzenie częściowe takiej diagnozy znajduje się również w ocenie polskiej branży turystycznej na podstawie sondażowych badań¹⁰.

Trudno jest oszacować, jak wiele systemów jakości istnieje obecnie w Europie. Na podstawie szacunkowej oceny można założyć, że istnieje 100 systemów certyfikatów związanych z aspektami obejmującymi jakość, takimi jak kultura, rekreacja, higiena i inne elementy jakościowego łańcucha wartości oraz podobna liczba systemów certyfikacji związanych ze środowiskiem¹¹.

Rozróżniać należy certyfikaty prowadzone przez rząd lub regiony, głównie w celu promowania krajowej lub regionalnej konkurencyjności, tworzenia punktów obsługi informacji turystycznych i poprawy ogólnej jakości od certyfikatów prywatnych dotyczących jakości usług, które są często dobrowolne i mniej wszechstronne.

Koncentrując się na celach poszczególnych podsektorów lub regionów nie bierze się pod uwagę zintegrowanego podejścia w skali europejskiej. Prowadzono co prawda konsultacje dotyczące wprowadzenia europejskiego znaku jakości w turystyce (European Tourism Label for Quality), ale według wiedzy autora odstąpiono na razie od tej propozycji.

3.2. Model funkcjonowania systemu jakości w sektorze turystycznym

Model opiera się na czterech głównych fazach i wielu podmiotach (rysunek 1 poniżej). Główne fazy są następujące: (1) ustalenie standardów; (2) ocena; (3) certyfikacja i akredytacja oraz (4) akceptacja i przyjęcie.

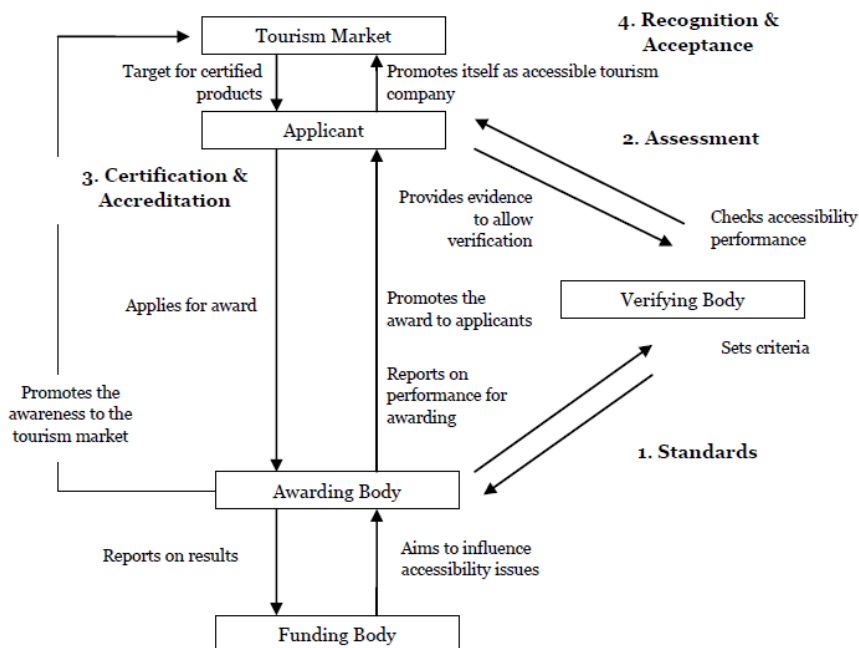
Ponadto głównymi podmiotami działającym w ramach tego łańcucha wartości są organy finansujące, instytucje oceniające, wnioskodawcy i rynek turystyczny. Jak wyjaśniono na rysunku w sekcji 2 poniżej, systemy jakości wzajemnie się różnią w każdym z czterech głównych etapów. Na przykład w większości przypadków organ finansujący i instytucja zamawiająca zbiegają się, podczas gdy w niektórych przypadkach organ weryfikujący mógłby nie występować, ponieważ system polega jedynie na samoocenie przez wnioskodawcę. Ponadto standaryzacja może odbywać się w odniesieniu do uznanych na całym świecie standardów (np. normy ISO 9000 dotyczącej zarządzania jakością) lub jedynie wymagań wewnętrznych. W ramach każdego systemu jakości organizacja na bieżąco może decydować, czy wszystkie stawiane wymagania są obowiązkowe, aby uzyskać certyfikację.

⁹ Estimated impacts of possible options and legal instruments of the umbrella european tourism label for quality schemes, FINAL REPORT submitted to the European Commission, DG Enterprise and Industry Within Framework Contract B4/ENTR/008/006, Centre for European Policy Studies (CEPS), Bruksela, 2012.

¹⁰ Walas B., Celuch K., Szanse rozwoju certyfikacji w świetle opinii przedsiębiorców turystycznych w Polsce, W: Ewolucja podaży i popytu w turystyce (red. B.Walas, J.Sobczuk), Monografia naukowa, Sucha Beskidzka, 2014, ISBN 978-83-926999-2-7, ss.148-159.

¹¹ Za: Estimated impacts of possible options and legal instruments of the umbrella european tourism label for quality schemes, FINAL REPORT submitted to the European Commission, DG Enterprise and Industry Within Framework Contract B4/ENTR/008/006, Centre for European Policy Studies (CEPS),Bruksela, 2012.

Figure 1 – Representative scheme of a quality scheme in the tourism sector



Source: Eichorn et al. (2008)

Kluczowe zmienne w opracowaniu standaryzacji jakości obejmują:

1. **Funkcja:** czy system jakości nakłada określone wymagania, czy też po prostu ułatwia zgodność z istniejącymi (międzynarodowymi) wymogami,
2. **Obowiązkowy charakter:** tzn. czy zgodność z systemem jest obowiązkowa czy dobrowolna,
3. **Wymiary:** odnosi się do faktycznego zakresu programu jakości np. czy program dotyczy tylko jednego wymiaru jakości (higiena, ochrona konsumentów, ochrona dziedzictwa kulturowego itp.) czy też uwzględnia szerszą koncepcję jakości. Ważnym i bardziej ogólnym wyróżnieniem jest to, czy program obejmuje głównie atrybuty doświadczenia i/lub atrybuty wiarygodności miejsc turystycznych,
4. **Docelowe grupy turystów:** niektóre systemy jakości dotyczą tylko niektórych turystów (np. wrażliwych ekologicznie, miłośników kultury, podróżnych luksusowych, rodzin itd.), podczas gdy inne dotyczą wszystkich kategorii grup docelowych,
5. **Zakres:** czy program dotyczy tylko jednego elementu łańcucha wartości (np. dostaw żywności lub usług sprzątania) lub obejmuje także innych dostawców,
6. **Zasięg geograficzny:** na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym, ponadnarodowym, ogónoeuropejskim, globalnym,
7. **Zarządzanie:** w tym finansowanie, niezależnie od tego, czy system jest obsługiwany przez rząd krajowy czy regiony, całkowicie prywatny,

8. **Tryb działania:** czy system przyjmuje podejście skoncentrowane na wynikach, czy podejście skoncentrowane na procesach w wyniku samooceny, audytów i inspekcji z zakresu Mystery Research,
9. **Narzędzia służące do oceny jakości:** różne rodzaje technik jak SERVQUAL, CRIT, tajemniczy klient oraz raporty z audytu, samooceny czy benchmarking.



W wielu krajach występują ogólnokrajowe certyfikaty jakości turystycznej. Niektóre poświęcone są wyłącznie turystyce, inne mają nieco szerszy zakres, przy czym **nie obejmują one wymogów kwalifikacyjnych**.

3.3. Krajowe certyfikaty jakości turystycznej

Większość krajów wprowadziła system certyfikacji ogólnej usług turystycznych, najczęściej pod nazwą „quality tourism”. Wiodącą rolę w koncepcji systemu odgrywa minister właściwy ds. turystyki a często operatorem jest Narodowa Organizacja Turystyczna. Systemy te zarządzane są zawsze ze stowarzyszeniami branżowymi.

Tab.1. Zestawienie certyfikatów ogólnokrajowych jakości turystycznej w kilkunastu krajach

kraj	logo	nazwa	własność
Bułgaria		Authentic Bulgaria	Prywatny ale z udziałem środków skarbu państwa)
Czechy	 Český systém kvality služeb Czech service quality system	NTQS –National Tourism Quality System	Publ.
Estonia	 People Committed to Quality ESTONIAN TOURISM QUALITY PROGRAMME	People Committed to Quality	Publ.
Szwecja, Dania, Węgry, Szwajcaria	 European Hospitality Quality	European Hospitality Quality 45 stowarzyszeń z 26 krajów	Pryw. HOTREC
Finlandia	 Q1000 LAATUTONNI QUALITY 1000	Quality 1Qoo	ppp
Węgry	 Hungarian Tourism Quality Award Magyar Turizmus Minőség Díj	Hungarian Tourism Quality Award	Pryw.
Irlandia	 Tourist Accommodation Quality Assured FAIRTE IRELAND'S QUALITY STANDARD	Quality Assurance	publ.

Francja		Qualite Tourisme 5500 obiektów certyfikowanych (stan na marzec 2017)	ppp
Hiszpania		SICTED- Integral Quality Destination Management System przyznano ponad 3100 certyfikatów	ppp
Malta		Quality Assured	publ.
Dania		Certyfikat prowadzony przez duńską organizację turystyczną (Activ Danmark) w 6 obszarach produktów: Bed+Bike, Walking Denmark, Fishing Denmark, Golf Denmark, Gastronomy Denmark, and Wellness Denmark przyznano ponad 300 certyfikatów	ppp
Anglia	 	Dwa podstawowe certyfikaty: dla obiektów noclegowych i atrakcji - Quality assessment for your accommodation - Quality assessment for your attraction - lokalnej znaki Podobne system występuje w krajach tworzących Wielką Brytanię. System certyfikacji Quality in Tourism prowadzi certyfikację z powiązaniu z systemami jakości VisitEngland	pub pryw.
Włochy		Dobrowolna certyfikacja obiektów i restauracji. System prowadzony przez spółkę akcyjną ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche-Krajowy Instytut Badań Turystyki)-spółka akcyjna.. Członkami są w większości izby handlowe blisko 6700 obiektów i ponad 1700 restauracji włoskich w 54 krajach	spółka akcyjna
Szwajcaria		Trzy stopnie certyfikacji, w tym cztery rodzaje certyfikatów. Program prowadzony przez Szwajcarską Federację Turystyki. Ponad 4 tysiące certyfikatów	
Słowacja		System jakości usług turystycznych wprowadzany od 2014 roku na bazie niemieckiej licencji. Wykonawcą jest Ministerstwo Transportu i Budownictwa Republiki Słowackiej przy współpracy stowarzyszeń branżowych.	Publ.

3.3.1. Hiszpania

Program jakości wdrożony został przez Sekretariat Generalny Turystyki pod nazwą **Całościowy Plan dla Hiszpańskiej Jakości w Turystyce (PICTE)**, a jego ramach system jakości turystyki hiszpańskiej (SCTE). System ten opracowany z inicjatywy sektora biznesu, jest wspierany przez administrację turystyczną. Opracowano wspólną metodę wdrażania systemów certyfikacji dla wszystkich sektorów turystycznych, które są zaangażowane w poprawę jakości swoich produktów i usług oraz program wsparcia instytucjonalnego dla realizacji jakości. SCTE obejmuje rozwój systemów jakości w obszarach: hotele i apartamenty, podróże, restauracje, camping, narty i tereny górskie, agroturystyka, linie lotnicze, przyrodnicze obszary chronione, firmy timeshare, transport drogowy oraz lokalne usługi turystyczne. Powołano instytucję zarządzającą: „Hiszpański Instytut Jakości w Turystyce” (Instituto para la Calidad Turística Española), który wprowadza **markę Q (21estyl 21estylacj)**. ICTE – Instytut Jakości w Turystyce (prywatny, niezależny), powstał w 2000 roku z połączenia różnych instytucji prowadzących systemy certyfikacyjne dla poszczególnych grup usługodawców turystycznych. ICTE posiada sieć terytorialnych delegatur na szczeblu wojewódzkim lub regionalnym, których podstawowym celem jest świadczenie usług technicznych dla firmy w procesie wdrożenia systemu jakości. Delegatury te są tworzone na podstawie umów terytorialnych między różnymi stowarzyszeniami przedsiębiorców w sektorach.

Istnieją trzy obszary jakości turystycznej:

- o **sektorowy**- w oparciu o reguły znaku „Q” (jeden dla każdego sektora), **miejsca docelowego** – odpowiada na potrzeby metodologii zdolności do zarządzania systemem jakości „w miejscu docelowym”, w którym zaangażowana jest jak największa liczba podmiotów turystycznych i para turystycznych.
- o **dobrych praktyk** – inicjowanie i transfer know how w zakresie podnoszenia jakości usług turystycznych.

Sektory/usługodawcy objęte systemem certyfikacji:

1. Kwatery wiejskie, UNE 183001
2. Obiekty Spa, UNE 186001
3. Kempingi i pola biwakowe, UNE 184001
4. Pola golfowe, UNE 188001
5. Convention Bureau, UNE 187005
6. Firmy aktywnej turystyki, UNE 188003
7. Chronione obszary przyrodnicze UNE 187002
8. Ośrodki narciarskie, UNE 188002
9. Obiekt noclegowe sezonowe, UNE 185001
10. Hotele i apartamenty, UNE 182001
11. Sporty wodne, UNE 188004
12. Życie nocne, UNE 188005
13. Biura informacji turystycznej, UNE 187003
14. Centra konferencyjne, UNE 187004

15. Plaże, UNE 187001
16. Usługi renowacyjne, UNE 167000
17. Turystyczne usługi maklerskie, UNE 189001

Nie wprowadzają one elementu wymagań kwalifikacji kadry.

3.3.2. Francja

Od 2005 roku funkcjonuje marka „Qualité Tourisme™” jako narodowy, turystyczny certyfikat jakości stworzony przez państwo. Certyfikat obejmuje większość usług turystycznych: zakwaterowanie, restauracje, kawiarnie, bary, pub’y, obiekty kongresowe, agencje podróży, sezonowy wynajem apartamentów, campingi, miejsca aktywności plenerowej, transport, biura informacji turystycznej. Certyfikat jest przyznawany usługodawcom spełniającym kryteria w zakresie higieny i bezpieczeństwa oraz akceptującym normy klasyfikacji o ile one występują. Do marca 2017 roku przyznano prawie 5 500 certyfikatów. Kryteriami wyboru są: respektowanie «karty krajowych zobowiązań jakości» (les engagements nationaux de qualité), poddanie się audytowi przez 5 lat, prowadzenie badań satysfakcji klientów, zarządzanie certyfikatem.



W zobowiązaniu wobec klienta jednostek certyfikowanych wskazuje się na: gościnność, **życzliwy personel, znajomość języków obcych, umiejętność udzielania wyczerpujących informacji**, czystość i komfort, możliwość poznania walorów miejsca docelowego, wsłuchiwanie się w opinię klienta.

Sygnalizowana powyżej «karta krajowych zobowiązań jakości (les engagements nationaux de qualité) opracowana została z przedstawicielami samorządu gospodarczego i organizacji turystycznych i opiera się o 5 grup zobowiązań:

- Komunikacja i informacja: kompletność, aktualność, system identyfikacji wizualnej znaku jakości,
- **Wiedza: profesjonalizm, znajomość języków obcych, doradztwo, kurtuazja, dyspozycyjność (element kwalifikacji kadry)**
- Komfort i czystość miejsca
- Zrównoważony rozwój: zarządzanie środowiskiem, integracja regionalna, waloryzacja zasobów lokalnych,
- Jakość usługi: elementy komfortu i świadczenia usługi na wysokim poziomie jakości i satysfakcji klienta

Tak więc, we francuskim systemie zauważa się elementy wymagać kwalifikacji kadr w zakresie znajomości języków obcych, kompetencji z zakresu informacji turystycznej, relacji z klientem, kultury osobistej.

3-3-3. Szwajcaria

Program został stworzony z inicjatywy wiodących organizacji turystycznych. Jego celem jest promowanie jakości w jednostkach turystycznych i wspieranie współpracy między różnymi dostawcami w sektorze.



Program jest prowadzony przez SST (Szwajcarska Federacja Turystyki), organizację zrzeszającą przedsiębiorców szwajcarskiej turystyki. Chroni ona interesy usługodawców turystycznych wobec władz publicznych i społeczeństwa. FST promuje jakość i innowacyjność. Przyznano już 4034 certyfikatów. Istnieją trzy poziomy certyfikatu. Obecnie przyznaje się je hotelom, restauracjom, lokalnym usługom transportu publicznego, kolejom górskim i firmom taksówkowym.

3-3-4. Niemcy

W Niemczech istnieje kilka systemów certyfikacji w poszczególnych branżach wchodzących w skład sektora turystyki.

Termin sektor używamy dla określenie podmiotów zaspokajających różne potrzeby określonej grupy konsumentów, którymi są turyści. Natomiast termin branża używamy dla określenia podmiotów zaspokajających tę samą potrzebę turystów np. potrzebę zakwaterowania czy wyżywienia.

Niemieckie Stowarzyszenie Turystyki (DTV)

Niemieckie Stowarzyszenie Turystyki (DTV), która zostało założone w 1902 roku jest jedynym organem o strukturze federalnej, grupującym organizacje turystyczne lokalne i regionalne oraz publiczne organy turystyczne poszczególnych krajów związkowych. Posiada 94 członków. W ramach prowadzonej działalności doradczej i koordynacyjnej wielu obszarów jakości turystyki, **przyznaje certyfikaty** oraz wspiera innowacje w produktach i marketingu. Dla realizacji tego zadania stowarzyszenie DTV powołano **DTV Service** jako spółkę z o.o. Od 2004 roku celem prac DTVs jest prowadzenie systemów jakości turystycznych, klasyfikacji i certyfikacji. Ponadto powierzono jej zadania w zakresie „Service Quality”, koordynacji, współpracy i komunikacji z 16

regionami(landami), które przystąpiły do projektu. Jest odpowiedzialna za wszystkie zadania tworzenia jakości usług w Niemczech.



Za pośrednictwem biur regionalnych oraz Centrum Koordynacji Federalnej Niemieckiej Jakości Obsługi tworzy coraz więcej systemów klasyfikacyjnych i certyfikacyjnych, znaków jakości i warunków konkursów.



Głównym zadaniem DTV Service jest przyznawanie **certyfikatów jakościowych dla klasyfikacji domów wakacyjnych, apartamentów i kwater**. Przyznaje także **certyfikat „i-Marke” dla biur informacji turystycznej**.

DEHOGA (Stowarzyszenie Hotelu i Restauracji) – jest związane z branżą hotelarsko-gastronomiczną. DEHOGA podzielona jest na 17 stowarzyszeń regionalnych i dwa stowarzyszenia handlowe. Reprezentuje takie branże jak: hotele, dyskoteki, restauracje i inne punkty gastronomiczne.



Zajmuje się dobrowolną klasyfikacją hoteli przeprowadzaną w oparciu o ogólnokrajowe kryteria. Oprócz klasyfikacji hoteli prowadzi we współpracy z Niemieckim Stowarzyszeniem Turystyki (DTV standaryzację produktu „klasyfikacja dla pensjonatów, moteli i hoteli” („G-Class”).

QMB – Organizacja zarządzania jakością w turystyce

Jest to certyfikat prywatny, którego beneficjentem są biura informacji turystycznej dostosowane do potrzeb niepełnosprawnych. Poprzez szkolenia dostawców usług turystycznych umożliwiają

im nabycie umiejętności niezbędnych w kontaktach z osobami starszymi, niepełnosprawnymi i przewlekle chorymi. Stąd też **prowadzony jest on w oparciu o kryteria kwalifikacji kadr.**



„Hotelklassifizierung” – Inicjatywa na rzecz jakości dostępnych zakładów hotelarskich i gastronomicznych.

Jest to certyfikacja prowadzona przez Bawarskie Stowarzyszenie Hoteli i Restauracji DEHOGA Bayern eV a beneficjentami są hotele i sektor gastronomiczny, którzy chcą wskazywać **ofertę typu „turystyka dla wszystkich”** a więc **adresowaną do osób o ograniczonej sprawności ruchowej.**



Certyfikat otrzymuje się po zdaniu testów i jest on ważny przez 3 lata. Po upływie tego okresu należy ponownie złożyć wniosek o jego wydanie (przedłużenie certyfikatu nie następuje automatycznie).

*****QMJ- Inicjatywa na rzecz jakości noclegu dla dzieci i młodzieży**

Certyfikacja i klasyfikacja zakwaterowania dla dzieci i młodzieży, zgodnie z wymogami określonymi normą, która jest zarejestrowana w niemieckim Urzędzie Patentów i Znaków Towarowych. Operatorem jest Federalne Forum Podróży Dzieci i Młodzieży. Na etapie rozpoczynania działalności, aż do końca 2008 r., było finansowane przez Federalne Ministerstwo Gospodarki i Fundację niemieckiej marki młodzieżowej. Grupa docelowa: obiekty noclegowe, w których co najmniej 50% gości ma poniżej 26 lat.



3-3-5. Republika Czeska

Czeski system jakości usług (CSKS – Cesky system Kvality Sluzeb) został stworzony na bazie licencji niemieckiego systemu o nazwie ServiceQualität Deutschland (SQD). Czeski system jakości usług to rodzaj certyfikacji, o którą mogą ubiegać się zarówno organizacje komercyjne jak i usługodawcy z sektora publicznego takie jak muzea, galerie, zamki, ruiny i inne atrakcje turystyczne.



Operatorem jest czeska Narodowa Organizacja Turystyczna – Czech Tourism. W lipcu 2017 roku odnotowano 645 obiektów w procesie certyfikacji, 746 z uzyskanym certyfikatem, 2669 przeszkolonych trenerów.

3-3-6. Wielka Brytania

Certyfikacja obiektów i usług jest prowadzona przez spółkę M-Assessment Services. Standardy systemu Quality in Tourism powstały w wyniku harmonizacji standardów „zapożyczonych” z Krajowej Rady Turystyki (National Tourism Board) Anglii, Szkocji, Walii i Północnej Irlandii przy współpracy z AA – Automobile Association (jedną z najbardziej renomowanych brytyjskich marek specjalizujących się w różnego rodzaju ubezpieczeniach).



Certyfikacja QiT jest schynchronizowana z systemami kategoryzacji prowadzonymi przez VisitEngland jako instytucję odpowiedzialną za wszystkie systemy klasyfikacji w Anglii, posiadającą zespół biegłych zajmujących się stałą kontrolą jakości i standardów. „Quality in Tourism” (QiT) jest oficjalnym systemem oceny jakości stworzonym specjalnie dla VisitEngland. Przy wsparciu ponad 60 doświadczonych biegłych, specjalistów i wysoce wyspecjalizowanego zespołu QIT przeprowadza oceny, a także zajmuje się administracją krajowych programów

kontroli jakości w imieniu VisitEngland. Ponad 18 tysięcy firm zajmujących się zakwaterowaniem jest corocznie ocenianych w oparciu o 11 różnych kryteriów, co sprawia, że VisitEngland (w połączeniu z „Quality In Tourism”) jest największym i najbardziej znanym narzędziem do oceny jakości branży turystycznej w Anglii.

3.3.7. Węgry

Na Węgrzech istnieją dwa rodzaje systemów kontroli jakości w turystyce:

The National Trademark – jest formą ochrony znaków towarowych opartą o porozumienie madryckie UE. System podlega i jest koordynowany przez Ministerstwo Gospodarki Narodowej Węgier we współpracy z odpowiednimi stowarzyszeniami zawodowymi. Obiekty, które uzyskały ‘znak towarowy’ znajdują się na priorytetowym miejscu na liście obiektów noclegowych w Krajowej Bazie Danych Turystycznych. System działa na zasadzie samofinansowania: usługodawcy pokrywają koszty administracyjne. **Podmioty zainteresowane znakiem uczestniczą w procesie podnoszenia kwalifikacji o zakwaterowaniu.**





Hungarian Tourism Quality Award

Jest klasycznym systemem certyfikacji hoteli i restauracji, prowadzonym przez Węgierską Agencję Turystyki (Hungarian Tourism Agency-Directorate of National Network- Project Office Hungarian Tourism Quality Award). Nagroda/certyfikat może zostać przyznana hotelom i restauracjom, które z powodzeniem przejdą przez proces konkursowy. Węgierska Nagroda Jakości opiera się na wstępnej samoocenie, a następnie zewnętrznej ocenie zgodnie z wymaganiami profesjonalistów i gości. Podmioty zainteresowane udziałem w konkursie mogą uczestniczyć w jednodniowym szkoleniu poświęconym omówieniu wymagań konkursowych. Mają również możliwość kontaktowania się w tych sprawach z ekspertami. Po zakończeniu szkolenia i konsultacji, wnioskodawcy są zobowiązani samodzielnie przygotować ocenę a także skompletować wymaganą i zalecaną dokumentację udziału w konkursie. Certyfikat jest ważny przez 3 lata.

3.3.8. Norwegia

Norwegia jest krajem, któremu udało się spełnić standardy zrównoważonego rozwoju opracowane przez UNWTO. Cel został osiągnięty m.in. poprzez stosowanie różnych form certyfikacji i rekomendacji jakościowej swoich produktów turystycznych. System certyfikacji obejmuje kryteria i wskaźniki oparte na liczbie operatorów turystycznych na rynku lub bierze pod uwagę udział operatorów turystycznych w miejscu docelowym. Każde miejsce docelowe musi obliczyć liczbę operatorów turystycznych w swojej destynacji (miejscu przeznaczenia). Firmy, które posiadają jedną lub więcej znaków jakości w branży turystycznej, są szczególnie wyróżniane. W norweskiej turystyce stosowane są następujące certyfikaty jakości: Gardsmathanen, Olavsrosa, Norwegian Foodprints czy De historiske hotell og spisesteder.

Tab.2. Certyfikaty w Norwegii

Nazwa	logo	opis
Gardsmathanen		certyfikat jakości produktów spożywczych i napojów, sklepów i restauracji, gospodarstw rolnych, które są członkami Hanen. Marka Gardsmathanen dla produktów spożywczych związana jest z produkcją artykułów spożywczych i napojów w gospodarstwach, gdzie kluczowe znaczenie mają produkty, które pochodzą od firm z norweskimi tradycjami (tj. gospodarstw, obszarów uprawnych i rybołówstwa). Istotne jest, aby podczas przetwarzania produktów zachowane zostały walory tradycyjnego rzemiosła, a produkt zawierał większość surowców pochodzących z gospodarstwa rolnego lub przetwarzanie produktu odbywało się na farmie z największym możliwym stopniem użycia lokalnych norweskich składników. Dla obiektów gastronomicznych, które otrzymały znak Gardsmathanen, oznacza to, że miejsca te powinny być położone w miejscu rolniczym, gdzie są producenci surowców. Serwowane posiłki muszą pochodzić od jednego producenta i spełniać kryteria marki Gardmathanen.
Olavsrosa		Jest znakiem jakości przyznawanym w segmencie „dziedzictwa kulturowego”.
Norwegian Foodprints		Certyfikacja lokali gastronomicznych serwujących domowe potrawy z lokalnych składników. Certyfikowana restauracja jest zatwierdzona przez Norwegian Foodprints, gwarantuje wysoką jakość i oferuje doskonałe dania kuchni lokalnej przy użyciu najlepszych składników.
De historiske otel og spisesteder		Organizacja „najbardziej urokliwych hoteli i restauracji”. Obejmuje ona 50 hoteli, 19 lokali gastronomicznych i 2 łodzie. Aby otrzymać certyfikat wymagana jest świadomość roli gospodarza oraz doświadczenie w ramach zakwaterowania i gastronomii.

Tab.3. Najważniejsze zielone certyfikaty w Norwegii

nazwa	logo	opis
Svane (nordycki łabędź)		Nordic Ecolabel jest oficjalnym certyfikatem stosowanym w krajach skandynawskich. Powstał w 1989 roku na mocy decyzji Nordyckiej Rady Ministrów w celu dostarczenia systemu oznakowania środowiska, który przyczynia się do zrównoważonej konsumpcji. Jest dobrowolny, dotyczy oznakowania ekologicznego produktów i usług. Obecnie istnieje 63 grup produktów i firm, które spełniają wymogi ustalone w ramach poszczególnych grup kryteriów i mogą ubiegać się o licencję Nordic. Każdy kraj nordycki posiada lokalne biura Nordic. W Norwegii certyfikat przyznawany jest przez Fundację do spraw Eko-znaków. Program stawia



		przedsiębiorstwom ostre i wysokie wymagania ekologiczne, jeśli chodzi o ilość odpadów, zużycie wody i energii oraz sieć dostawców. Przed uzyskaniem certyfikatu, należy spełnić wszystkie kryteria. W praktyce kryteria te stale się zmieniają.
Miljøfyrtårn Eko-latarnia morska		Certyfikacja prowadzona przez Fundację Eko-Latarni Morskich. Wiele firm na terenie całego kraju posiada taki certyfikat. Eko-latarnia morska to zarówno system zarządzania środowiskowego, jak i konkretne działania na rzecz lepszego ekologicznego funkcjonowania każdej organizacji. Certyfikat należy wznawiać co trzy lata.
Norsk økoturisme		Krajowy system certyfikacji prowadzony przez Innovation Norway, która utrzymuje wysoki międzynarodowy poziom jakości w ekoturystyce. Firma posiadająca taki certyfikat musi spełnić 100 ostrych wymagań dotyczących ekologicznego działania, wypełniania roli gospodarza w zakresie integracji lokalnej wspólnoty i zaopatrzenia. Certyfikat należy odnawiać co trzy lata, jeśli nastąpiły zmiany kryteriów.
EMAS – System Ekozarządzania i Audytu (ang. Eco-Management and Audit Scheme)		System zarządzania środowiskowego, w którym dobrowolnie mogą uczestniczyć organizacje (przedsiębiorstwa, instytucje, organizacje, urzędy). Głównym założeniem systemu jest wyróżnienie tych organizacji, które wychodzą poza zakres minimalnej zgodności z przepisami i ciągle doskonalą efekty swojej działalności środowiskowej. System EMAS wykazuje duże podobieństwo do normy ISO 14001. Od roku 2001 treść normy ISO 14001 została włączona do rozporządzenia EMAS, pozwalając na ograniczenie się do identyfikacji dodatkowych wymagań stawianych organizacjom w systemie EMAS.
Miljøgodkjent arrangement środowiskowa umowa licencyjna		Certyfikat jakości dla organizatorów, którzy aktywnie działają na rzecz zmniejszenia wpływu organizowanych imprez na środowisko. Organizator wydarzenia musi spełniać określone kryteria w kilku obszarach, w których otrzymuje wyróżnienie. Wszystkie typy wydarzeń, których organizacja jest ograniczona w czasie, mogą zostać zatwierdzone, jeżeli spełniają kryteria Miljøgodkjent arrangement. Kryteria te obejmują m.in. korzystanie z przyjaznych środowisku produktów i odpadów, w trakcie i po imprezie. Przykładem takich wydarzeń są: mistrzostwa świata w biegach na orientację w 2010 roku w Trondheim i National Championship w 2009 roku

3.3.9. Polska

Polska nie posiada narodowego znaku jakości turystycznej. Jedynym wyróżnikiem jest certyfikat POT. Certyfikat „Najlepszego Produktu Turystycznego” Polskiej Organizacji Turystycznej to nagroda dla wyjątkowych atrakcji turystycznych. Nadawany jest on tylko nowatorskim i przyjaznym turystom miejscom, obiektom, imprezom oraz przedsięwzięciom realizowanym na poziomie regionalnym i lokalnym. Certyfikaty przyznawane są w drodze konkursu, który zorganizowany został po raz pierwszy w 2003 r. Nagrody przyznawane są przez Kapitułę w skład, której wchodzi eksperci – praktycy branży turystycznej.





Od 2008 r. przyznawany jest również Złoty Certyfikat – specjalna nagroda stworzona dla już certyfikowanych produktów turystycznych, które rozwijają się w unikalny i wyjątkowy sposób. Polska Organizacja Turystyczna jest administratorem Konkursu oraz wyłącznym właścicielem praw majątkowych do logo i nazwy Konkursu. ROT-y pełnią rolę partnerów Konkursu, w ścisłej współpracy z POT. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje Polskiej Organizacji Turystycznej, Regionalnymi Lokalnym Organizacjom Turystycznym, samorządom terytorialnym i gospodarczym, instytucjom, twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom, fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także organizatorom turystyki. Rozważano w 2017 roku modyfikację zasad konkursu jak kontrolę okresową jakości, ograniczoną w czasie ważność certyfikatu i inne. Autor nie zna dalszych losów tych planów lecz uważa, że certyfikat POT powinien stanowić odpowiednik narodowego znaku jakości w turystyce (Quality Tourism Poland).






3.4. Certyfikaty branżowe dostępne w Polsce

Niezależnie od braku narodowego znaku jakości turystycznej w Polsce, dostępnych jest znaczna liczba certyfikatów, przyznawanych przez krajowe instytucje/firmy lub międzynarodowego. Niemniej należy mieć świadomość, że wiele z nich posiada niewielką liczbę obiektów scertyfikowanych. Występują również znaki jakościowe, które powstawały i były finansowane ze środków unijnych, jako kilkuletnie projekty i nie są obecnie kontynuowane. Stąd też należy domniemywać, że nie są okresowo audytowane.

Tab.4. Zestawienie wybranych certyfikatów branżowych dostępnych na rynku polskim

Nazwa	Opis	Logotyp
SPA QUALITY STANDARD	Certyfikacja jakości i usług SPA – SPA Quality Standard została stworzona przez Grupę Confortum. Certyfikacja jest dobrowolna, Spełnienie 85% wymagań minimalnych – elementów uznanych przez grupę niezależnych ekspertów branży SPA i hotelarskiej za kluczowe dla idei SPA i wynikających bezpośrednio z jej definicji jest równoznaczne z otrzymaniem certyfikatu VERIFIED SPA QUALITY STANDARD i otwarciem drogi do dalszych etapów certyfikacji potwierdzonych przez audyty: mystery shopper (tajemniczy klient), kontrolę jakości, sprawdzenie wymaganych dokumentów. Wymagania minimalne podzielone na kilka działań: woda, zabiegi, wyposażenie, usługi hotelarskie, gastronomia, harmonia ciała i umysłu. Według strony internetowej z dnia 9.08.2017 certyfikaty takie posiada 10 obiektów.	



<p>TÜV RHEINLAND POLSKA</p>	<p>TÜV Rheinland Polska TÜV Rheinland Polska to czołowa jednostka certyfikująca na rynku usług certyfikacyjnych i badawczych w Polsce. Firma jest częścią międzynarodowego koncernu. Certyfikuje sprzęt fitness i parki linowe.</p>	
<p>EUROPESPA MED&WELLNESS</p>	<p>Międzynarodowy program certyfikacji pod patronatem Europejskiego Stowarzyszenia Spa (ESPA). ESPA jest jedyną międzynarodową organizacją uznaną przez instytucje UE, która od roku 1995 reprezentuje interesy krajowych stowarzyszeń ośrodków kuracyjnych, spa i wellness na scenie europejskiej. Program EuropeSpa realizowany jest na terenie całej Europy przez kompetentne jednostki certyfikujące. Certyfikaty: EuropeSpa med - przeznaczony dla sanatoriów, uzdrowisk oraz medical Spa EuropeSpa wellness - przeznaczony dla ośrodków wellness (odnowy biologicznej) EuropeSpa wellness - przeznaczony dla ośrodków wellness (odnowy biologicznej) EuropeSpa hotel SPA - przeznaczony dla hoteli posiadających strefę Spa</p>	 
<p>EUROPEJSKA DIAMENTOWA GWIAZDA</p>	<p>Administratorem Programu Europejskiej Diamentowej Gwiazdy jest Europejskie Centrum Jakości i Promocji. Certyfikacja oparta jest na najnowszych dyrektywach unijnych dotyczących systemów jakościowych, krajowych wymaganiach kategoryzacyjnych dla obiektów hotelarskich, przepisach dot. ochrony przeciwpożarowej, przepisach prawa żywnościowego, ogólnie przyjętych zasad SPA & Wellness, a także dotyczących działalności leczniczo-rehabilitacyjnej sanatoriów i uzdrowisk. W ramach Programu Administrator przyznaje Certyfikaty Jakości – Europejską Srebrną Gwiazdę, Europejską Złotą Gwiazdę, Europejską Platynową Gwiazdę, Europejską Diamentową Gwiazdę, Europejską Gwiazdę Obiekt Historyczny oraz Europejską Gwiazdę Sanatorium Uzdrowisko.</p>	
<p>GREEN KEY</p>	<p>Międzynarodowy program Green Key to system certyfikacji obiektów turystycznych, które spełniają międzynarodowe kryteria w zakresie odpowiedzialności za środowisko naturalne, współpracy ze społecznością lokalną oraz budowy świadomości ekologicznej interesariuszy. Certyfikat Green Key po raz pierwszy został wprowadzony w 1994 roku, w Danii. W 2002 roku program Green Key został włączony do międzynarodowej Fundacji na rzecz Edukacji Ekologicznej (Foundation for Environmental Education). Green Key to jedyne oznakowanie ekologiczne dla branży turystycznej, które jest uznawane w dużej liczbie krajów (ponad 30) oraz którego popularność stale rośnie w skali światowej.</p>	 



<p>ZŁOTY STANDARD</p>	<p>Godło Złoty Standard to gwarancja najwyższej jakości obsługi gości hotelowych potwierdzona przez ekspertów. Każdy z obiektów hotelarskich uhonorowany certyfikatem, wydawanym przez prywatną spółkę prowadzącą program Złotego Standardu. Od początku program był finansowany ze środków unijnych o szerszym spektrum działań niż certyfikacja (porady prawne i księgowo, witryna internetowa, szkolenia..). W okresie programowania lat 2015-2020 nie ma już wsparcia finansowego ze środków unijnych i ograniczył działania.</p>	
<p>HOTEL PRZYJAZNY RODZINIE</p>	<p>Hotel Przyjazny Rodzinie to ogólnopolska kampania i konkurs, którego celem jest ocena i promocja obiektów hotelowych, tworzących atrakcyjne warunki wypoczynku i pobytu dla rodzin z dziećmi w różnym wieku. W ciągu 8 lat oceniono i przyznano czasowe certyfikaty 589 obiektom hotelowym. Kryteria ulega ją zmianom. Konkurs prowadzony przez firmę prywatną Etirez Wioletta Hamerska.</p> <p>Kategorie certyfikatu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - najlepszy hotel na wypoczynek i wakacje dla rodziny - najlepszy hotel miejski dla rodziny - najlepszy pensjonat dla rodziny - najlepszy ośrodek wypoczynkowy dla rodziny - najlepszy hotel sieciowy dla rodziny - specjalna statuetka – najlepszy obiekt wg internautów i gości hotelowych 	
<p>POLSKA FEDERACJA TURYSTYKI WIEJSKIEJ „GOSPODARSTWA GOŚCINNE”</p>	<p>Dobrowolny system kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej dla członków PFTW. Kategoryzacja polega na nadaniu poszczególnym obiektom noclegowym określonej kategorii, świadczącej o jakości wyposażenia i oferowanych usługach. Kategoryzacją objęte są obiekty znajdujące się na terenach wiejskich, które nie podlegają ustawowemu obowiązkowi kategoryzacji. Świadectwem sprawdzonej jakości kwater wiejskich są słoneczka. Maksymalnie można uzyskać III kategorię, czyli trzy słoneczka. System kategoryzacji Wiejskiej Bazy Noclegowej klasyfikuje obiekty do jednej z dwóch kategorii: Wypoczynek u rolnika oraz Wypoczynek na wsi. Wśród udostępnianych klientowi informacji jest znajomość języków obcych.</p>	
<p>SYSTEM REKOMENDACJI OBIEKTÓW REKREACYJNO – TURYSTYCZNYCH</p>	<p>Podstawowym warunkiem zarekomendowania obiektu jest utrzymanie całego obiektu oraz świadczenie w nim usług na poziomie wyróżniającym spośród innych obiektów tego samego rodzaju</p>	
<p>CZYSTA TURYSTYKA</p>	<p>Program certyfikacji Czysta Turystyka wraz z programem "Zielone Szlaki - Greenways" w Polsce był koordynowany przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska i realizowany we współpracy z ponad 200 lokalnymi partnerami - samorządami (urzędy marszałkowskie, urzędy miast i gmin), organizacjami pozarządowymi, szkołami i firmami. Program</p>	

	<p>certyfikacji Czysta Turystyka jest aktualnie zamknięty.</p>	
BŁĘKITNA FLAGA	<p>Błękitna Flaga jest to międzynarodowy program zainicjowany przez Fundację Edukacji Ekologicznej (Foundation for Environmental Education – FEE) w 1985 r. Fundacja Edukacji Ekologicznej z siedzibą w Kopenhadze zrzesza organizacje, pełniące funkcję koordynatorów programu w danym kraju. Błękitna Flaga jest programem realizowanym w celu promowania ekologii, ochrony środowiska oraz zrównoważonego rozwoju w miejscowościach nadmorskich, w otoczeniu kąpielisk i przystani jachtowych. W Polsce prowadzony przez Fundację Instytut na rzecz Ekorozwoju</p>	
ECOLABEL	<p>EcoLabel – znak ekologiczny, stworzony i rozwijany przez Unię Europejską. Ubiegać się o niego mogą różnej wielkości hotele, pensjonaty czy gospodarstwa agroturystyczne. Kryteria obejmują głównie efektywne i oszczędne zarządzanie wodą i energią, a także minimalizację odpadów. Brana jest również pod uwagę promocja przyjaznych środowisku środków transportu. EcoLabel przyznawany jest także innym produktom.</p>	
CERTYFIKAT: AGROTURYSTYKA PRZYJAZNA NATURZE „BLISKO NATURY”	<p>Certyfikat ten był ekocertyfikatem, który skupiał się głównie na ofercie turystyki przyrodniczej prowadzonej w ramach działalności obiektu, a nie wyłącznie na infrastrukturze obiektu i jej przyjazności dla środowiska. Przyznawany był obiektom turystyki wiejskiej, głównie gospodarstwom agroturystycznym posiadającym ofertę turystyki przyrodniczej, prowadzonej na terenie obszaru Natura 2000 lub ewentualnie na innych formach ochrony przyrody. Certyfikacja była prowadzona przez Fundację Instytut na rzecz Ekorozwoju. Projekt finansowany w 2015 roku ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki. Aktualnie projekt zamknięty.</p>	
GREEN GLOBE	<p>Amerkański certyfikat Green Globe dla szerokiej gamy podmiotów turystycznych (hotele, restauracje, organizacje, biura podróży, MICE, DMC, atrakcje..) weryfikuje na podstawie ponad 300 kryteriów z zakresu zrównoważonego zarządzania, efektywnego zarządzania zasobami naturalnymi, działań na rzecz ochrony środowiska, wspierania społeczności lokalnej i promocji lokalnej kultury. Audyt jest przeprowadzany raz w roku.</p>	
GREEN DESTINATION STANDARD	<p>Certyfikat Green Destinations jest inspirowany międzynarodowymi standardami, takimi jak ETIS, ISO 14001, EMAS i Inicjatywa Global Standard. Został „uznany” przez Globalną Radę Turystyki Zrównoważonej (GSTC). Standardy Green Destinations są własnością konsorcjum trzech organizacji z siedzibą w Holandii: Green Destinations, Coastal & Marine Union – EUCC oraz European Centre for Eco and Agro Tourism (ECEAT). Kryteria certyfikacji dotyczą 6 obszarów: zarządzanie miejscem docelowym, natura i krajobraz, środowisko i klimat, kultura i tradycja, well-being, biznes i gościnność. Certyfikacja dotyczy także</p>	

	nadmorskich regionów, miast i parków, które wdrażają turystykę przyjazną środowisku i turystykę zrównoważoną.	
CERTYFIKAT PRZYJAZNY ROWEROM	System certyfikacji obiektów turystycznych i innych obiektów, które promują zrównoważony transport uwzględniający specyficzne potrzeby rowerzystów i turystów rowerowych. Prowadzony przez Fundację Partnerstwo dla środowiska tak jak i certyfikaty: Green Key, Błękitna Flaga.	
CERTYFIKAT POT NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY	Konkurs ma na celu wyłonienie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych. Certyfikat bez okresowego audytu.	
CERTYFIKACJA INFORMACJI TURYSTYCZNEJ	Certyfikacja dobrowolna prowadzona przez POT we współpracy z ROT i LOT. Celem certyfikacji informacji jest stworzenie krajowej sieci standaryzowanych jednostek informacji turystycznej. Wśród kryteriów jest liczba języków obcych w obsłudze klienta.	

3.5. Certyfikaty w hotelarstwie

Do szczególnej grupy certyfikatów dla hoteli zaliczyć można z pewnością **certyfikaty jakości obsługi klienta**. Przy audytach, przeprowadzanych na zlecenie jednostek certyfikujących, brane są pod uwagę m.in.: procesy rejestracji, poziom obsługi w restauracji hotelowej, możliwość komunikacji z pracownikami hotelu w językach obcych czy też dostępność i atrakcyjność ofert dodatkowych.

Hotele otrzymują również certyfikaty, dotyczące innych obszarów ich działalności. Wśród nich wymienić możemy m.in.: **certyfikaty ekologiczne** (związane z realizacją strategii CSR), **certyfikaty regionalne** (potwierdzające, że dany obiekt jest miejscem wyjątkowym w danym regionie i podkreślające jego wkład w funkcjonowanie i rozwój społeczności lokalnej), **certyfikaty dla obiektów dostosowanych dla segmentów klientów** (przyjaznych dzieciom, dla niepełnosprawnych, dla seniorów) a nawet niejako **wewnętrznego systemu kategoryzacji** (SZORT, Relais&Chateaux).

Na rynku można spotkać także certyfikaty waloryzujące usługi noclegowe dla wybranej grupy klientów lub budujących produktową kategorię obiektu.

Tab.5. Wybrane certyfikaty w hotelarstwie

<p>ECARF-Qualitätssiegel Znak jakości ECARF Fundacji Europejskiego Centrum Badań nad Alergiami (ECARF) to certyfikat poświadczający jakość produktów i usług odpowiednich dla alergików.</p>	
<p>Tourisme & Handicap -certyfikat „Tourisme & Handicap” jest odpowiedzią na potrzeby osób niepełnosprawnych, które chcą swobodnie wybierać miejsce swojego wypoczynku i rekreacji. Oznacza gwarancję odpowiedniej obsługi. Prowadzony we Francji.</p>	
<p>Mercure Quality Guarantee certyfikat grupy Accor dla hoteli marki Mercure</p>	
<p>Thalassa sea&spa – marka grupy Accor dedykowana dbałości o dobre samopoczucie, umożliwia korzystanie z usług wykwalifikowanych specjalistów talasoterapii i spa tuż nad brzegiem morza.</p>	
<p>Carbon Neutral Meeting Hotel certyfikat oznacza, że hotel organizuje spotkania wolne od dwutlenku węgla, a koszty emisji dwutlenku węgla wyprodukowanego podczas spotkania są ponoszone nie przez klientów, lecz przez hotel.</p>	
<p>Green Tourism The Green Tourism Business Scheme (Program zielonej turystyki) nagradza hotele, które dążą do wprowadzenia widocznych zmian w dotychczasowym sposobie prowadzenia swojej działalności, koncentrując się przede wszystkim na zmniejszeniu zużycia energii</p>	
<p>Sustainable Bonn „Sustainable Bonn – ekologiczna lokalizacja konferencji”. Celem jest waloryzacja ekologicznej i przyjaznej środowisku lokalizacji konferencji w hotelach i restauracjach</p>	
<p>Różnego typu certyfikaty przyznawane przez niemieckie stowarzyszenie turystyki biznesowej. Przykładowo: Certified Business Hotel Hotele posiadające znak Certified Business Hotel przystosowane są do specjalnych potrzeb osób podróżujących w celach służbowych Certified Conference Hotel Hotele posiadające znak Certified Conference Hotel to optymalne lokalizacje konferencji i spotkań, spełniające wymagania branżowe</p>	

<p>MICE</p>	
<p>BDVT Empfohlenes Seminar-Hotel Stowarzyszenie niemieckich promotorów i trenerów sprzedaży nagradza hotele, które z powodzeniem organizują konferencje, seminaria, treningi i szkolenia, przyznając im certyfikat „BDVT Empfohlenes Seminar-Hotel”</p>	
<p>DeGefest Geprüfte Kongress- und Tagungsstätte Zgodność z wytycznymi branży MICE – certyfikat przyznawany przez Stowarzyszenie Niemieckiej Organizacji Kongresów i Seminariów.</p>	
<p>Kodexkonform Znak niemieckiej branży MICE AG poświadcza zgodność z wytycznymi kodeksu farmaceutycznego. Obowiązkowy kodeks przemysłu farmaceutycznego stanowiący zbiór zasad dotyczących organizacji wydarzeń i spotkań</p>	
<p>Bio-Hôtels – łańcuch hoteli austriackich o charakterze ekologicznym</p>	
<p>DEUTSCHER WELLNESS VERBAND Istnieją 2 poziomy certyfikatu: Basic (600 kryteriów) - 1450eur i Premium (1500 kryteriów) - 3250eur. Całość oceny funkcjonowania dokonywana jest z perspektywy gościa. Obiekt otrzymuje rozbudowany raport – strony silne i obszary wymagające uwagi. Certyfikat wydaje się na 2 lata.</p>	
<p>HÔTELS & PRÉFÉRENCE System wewnętrznej certyfikacji w ramach konsorcjum hoteli w podziale na typy obiektów jak: business, boutique, luxury, demeure...</p>	
<p>HOTEL Z POMYSŁEM Konkurs pisma Hotelarz - wybierany jest najlepszy hotel roku, który wyróżnia się pomysłem na siebie i na swoją obecność na rynku hotelarskim, np. pod względem funkcjonalnym, architektonicznym, świadczonych usług, nowatorskich rozwiązań, innowacyjnej oferty. Jury poszukuje obiektów, które mają jakąś ideę, a ta idea przekłada się na rozwiązania architektoniczne, design, ofertę dodatkową. Zgłoszenia dobrowolne poddawane ocenie internautów i jury.</p>	

3.6. CERTYFIKATY PORTALI REZERWACYJNYCH

Jest rzeczą naturalną, że opierając się o system rekomendacji użytkowników Online Travel Agency (OTA) (ale nie tylko) wprowadziły różnorodne certyfikaty. Do najbardziej popularnych zaliczają się:

Certyfikat Doskonałości TripAdvisor to wyznacznik jakości, a zarazem ceniona przez całą branżę nagroda potwierdzająca najwyższe standardy. Dla gości hotelowych oznacza z kolei wiarygodną rekomendację, z której chętnie korzystają. Certyfikaty Doskonałości przyznawane są od 2010 roku na podstawie oceny ekspertów z TripAdvisor oraz osób podróżujących, których opinie są zbierane i opracowywane przez portal. Certyfikat jakości w serwisie TripAdvisor jest przyznawany wybranym miejscom zakwaterowania, atrakcjom i restauracjom, liniom lotniczym i obiektom wynajmu wakacyjnego z całego świata. Aby obiekt mógł otrzymać certyfikat jakości, jego ogólna ocena przyznana przez podróżnych w serwisie TripAdvisor musi wynosić co najmniej cztery (maksimum to pięć). Dodatkowym kryterium jest liczba recenzji otrzymanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy.



Guest Review Awards - Booking.com - certyfikat wydawany dla obiektów, które uzyskały ocenę 8 lub wyższą na podstawie przynajmniej 10 opinii dodanych online na portalu OTA Booking.com. Partnerom, którzy kwalifikują się do otrzymania nagrody, przyznawany zostaje oficjalny certyfikat oraz naklejka na szybę, a także możliwość podzielenia się swoim sukcesem w mediach społecznościowych.



Rokrocznie coraz więcej współpracujących z OTA obiektów osiąga ten minimalny próg ośmiu punktów. W roku 2016 blisko 355 tysięcy obiektów na całym świecie było uprawnionych do uzyskania certyfikatu w stosunku do 283 tysięcy w roku 2015.

3.7. CERTYFIKATY REGIONALNE I TEMATYCZNE



Niektóre regiony posiadają własne certyfikaty jakości wyróżniające produkty obszaru lub atrakcje tematyczne, nawet wykraczające poza jeden obszar administracyjny lub kraj. Należy zaznaczyć, że niektóre z nich są głównie systemem identyfikacji wizualnej np. szlaków tematycznych. Poniżej zestawienie certyfikowanych produktów tego typu we Francji.



			
miasta i regiony sztuki i historii	stacje klasyfikowane i gminy turystyczne	zielona stacja	najpiękniejsze miejsca do objazd
			
niebieski pawilon	dziedzictwo UNESCO	najpiękniejsze wioski	ukwiecone miasta i wioski
			
muzeum Francji	destynacja dla wszystkich	miejsca kulinarne	stacje wodne
			
certyfikat jakości turystycznej	dziecięce stacje	miasto i zawody sztuki	małe miasta z charakterem
			
FAMILLE PLUS Destination pour petits et grands	village étage la pause évasion	TOURISME & HANDICAP	La Clef Verte

rodzina +	Wioski na szlaku	turystyka i niepełnosprawność	zielony klucz
			
miasta z internetem	miasta z pasją	winnice	atrakcje klasyfikowane
			
Niezwykłe ogrody	dziedzictwo XX wieku	największe atrakcje	Miasta –sanktuaria Francji
			
obiekty historyczne	wioski bocianie	kwatery	wynajem apartamentów i kwater

Przykładu krajowych certyfikatów tego typu można szukać w szlakach kulinarnych, których jest co najmniej dwadzieścia, a niektóre z nich jak „śląskie smaki” posiadają rozbudowane procedury standaryzacyjne.

Tab.6. Wybrane certyfikaty szlaków kulinarnych w Polsce

Małopolska Trasa Smakoszy – certyfikat regionalnych karczm małopolskich	Projekt prowadzony przez MOT. Opracowano „Księgi jakości gastronomii regionalnej. Scertyfikowano do 2015 roku 142 obiekty	 MAŁOPOLSKA TRASA SMAKOSZY
Śląskie smaki	Szlak Kulinarny "Śląskie Smaki" tworzą restauracje i lokale gastronomiczne serwujące tradycyjne dania regionalne. Potrawy te są przygotowywane według tradycyjnych receptur regionalnych. Program zarządzany przez ŚOT.	 Śląskie Smaki


<p>Szlak Karpia – certyfikacja na terenie okoli Bielska Białej</p>	<p>Lokalny program identyfikacji miejsc hodowli, połowu i konsumpcji karpia</p>	
<p>Sandomierski szlak winiarski</p>	<p>Winnice tworzące "Sandomierski Szlak Winiarski", który stanowi ścieżkę turystyczną prowadzącą po gospodarstwach enologicznych. Trasa szlaku winiarskiego liczy około 60 km, przy czym winnica św. Jakuba zlokalizowana jest w obrębie samego miasta, a pozostałe winnice są oddalone od niego nie więcej niż 15 km. Większość obiektów oferuje degustację swoich trunków, niektóre też prowadzą sprzedaż autorskich win, owoców oraz sadzonek winorośli.</p>	

3.8. CERTYFIKATY I KONKURSY DLA BIUR PODRÓŻY W POLSCE

W branży turystycznej istnieją sprzeczne stanowiska w sprawie certyfikacji biur podróży. Jedni uważają, że istnieją ekonomiczno-wizerunkowe korzyści z posiadania certyfikatów. Drudzy nie widzą potrzeby i korzyści z wyróżnienia się wobec klienta poprzez certyfikaty budujące zaufanie i rekomendację, uznając, że nie są te elementy budujące zaufanie wobec touroperatora. Także w segmencie agencji podróży nie widzi się postaw sprzyjających certyfikacji dobrowolnej, zapewne ze względu na rosnącą ilość francyz, które opierają swą rekomendację o rozpoznawalność touroperatora.

Grupą znaków rekomendacyjnych są nagrody branżowe niemające charakteru procedury certyfikacyjnej, lecz konkursowej, uznaniowej. Za najbardziej rozbudowany należy uznać certyfikaty Odys oraz Travelife, chociaż po zakończeniu projektu w Polsce popyt, na ten ostatni certyfikat, spadł praktycznie do zera.

Tab.7. Wybrane certyfikaty i konkursy dla biur podróży

<p>Konkurs Róża Regionów</p>	<p>Róża regionów- ogólnopolski konkurs na najlepszy folder, serię wydawniczą, projekt specjalny, aplikację mobilną gminy, miasta, regionu.</p>	
-------------------------------------	--	---

<p>Konkurs Róża Kolumba</p>	<p>Konkurs na najlepsze produkty komunikacji marketingowej. W trzech kategoriach: katalogi z ofertą biura, obecność w social media i strona internetowa, a także aplikacje mobilne.</p>	
<p>Certyfikat Transparentny Touroperator</p>	<p>Certyfikat potwierdza, że touroperator jest firmą przejrzystą oraz w profesjonalny i powtarzalny sposób udostępnia środowisku turystycznemu swoje dane finansowo-biznesowe. Przyznawany przez TravelData. Kliknięcie na baner certyfikatu umożliwi klientowi danego touroperatora bezpłatny dostęp do danych finansowo-biznesowych 29 wiodących krajowych biur podróży.</p>	
<p>Odys</p>	<p>Konkurs Krakowskiej Izby Turystyki jako nagroda przyznawana za najlepszą jakość usług turystycznych. Współorganizatorami konkursu są Województwo Małopolskie i Urząd Miasta Krakowa.</p>	
<p>Kryształowy Globus</p>	<p>Nagroda Fair Play polskiej turystyki, przyznawana przez członków Polskiej Izby Turystyki oraz MT Targi.</p>	
<p>Touroperator Roku</p>	<p>Organizatorem konkursu jest Izba Turystyki RP i Regionalne Izby Turystyki. Na laureatów czekają statuetki za zajęcie I, II oraz III miejsca.</p>	
<p>TRAVELIFE</p>	<p>Certyfikat powstał w 2007 r., stworzony przez Brytyjskie Stowarzyszenie Biur Podróży ABTA i holenderskie Stowarzyszenie Biur Podróży ANVR, przy wsparciu Leeds Metropolitan University (Wielka Brytania), Uniwersytetu w Lund (Szwecja) i ECEAT- Projects, holenderskiej organizacji non-profit, promującej zrównoważony rozwój w turystyce. Inicjatywa Travelife opiera się na centralnej roli touroperatorów i biur podróży w łańcuchu dostaw w turystyce. Travelife ma do zaoferowania firmom wiedzę, rozwiązania i narzędzia do przeprowadzenia pozytywnych zmian w przedsiębiorstwach i ich łańcuchu dostawców. Travelife oferuje dwa odrębne, ale powiązane ze sobą systemy na rzecz zrównoważonego rozwoju, skierowane do biur podróży oraz gestorów bazy noclegowej: System na rzecz zrównoważonego rozwoju Travelife dla touroperatorów i biur podróży oraz system na rzecz zrównoważonego rozwoju Travelife dla hoteli i miejsc zakwaterowania. System obsługiwany jest przez ABTA. Za pomocą listy kontrolnej on-line, menedżerowie hoteli mogą sprawdzić poziom zaangażowania na rzecz zrównoważonego rozwoju, uzyskać opinie, a następnie śledzić swoje postępy. Spełniając kryteria zrównoważonego rozwoju, hotele i miejsca</p>	

	zakwaterowania otrzymają brązowe, srebrne lub złote oznakowanie Travelife. Ponad 200 touroperatorów, w tym TUI, Thomas Cook i Kuoni korzysta z Travelife. W systemie element oceny występuje element kompetencji, a mianowicie wyznaczenie Koordynatora ds. Zrównoważonego Rozwoju, który uzyskuje certyfikat personalny Travelife , a następnie podejmuje podstawowe kroki i wdraża dobre praktyki na rzecz zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa. Ponad 200 kryteriów i wskaźników systemu Travelife obejmuje wszystkie istotne obszary zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym zgodnych ze standardami ISO 14001 i EMAS III . W Polsce projekt prowadzony był przez PIT. Brak wniosków o certyfikację w roku 2017.	
Profesjonalni Organizatorzy Kongresów	Program Rekomendacji firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze kongresów w Polsce. Rekomendację mogą uzyskać podmioty gospodarcze wyspecjalizowane w planowaniu i organizacji kongresów, posiadające odpowiednie doświadczenie organizacyjne, zaplecze techniczne oraz przeszkolony zespół pracowników umożliwiający pełną realizację kongresu własnego lub zleconego dla min. 250 - 500 uczestników. Program nie dotyczy wyłącznie biur podróży. Program certyfikacji prowadzony niezależnie przez Poland Convention Bureau POT oraz Kraków Convention Bureau.	

4. CERTYFIKACJE KOMPETENCJI

Wyposażenie ludzi w odpowiednie, z perspektywy pracodawców kompetencje i kwalifikacje¹², należy wiązać z **zadaniami edukacji formalnej, jak i pozaformalnej i nieformalnej. Pracodawcy mogą poprzez popyt na określone kompetencje w większym stopniu wpływać na ofertę szkoleniową i ogólnie podnoszenie kompetencji na drodze nieformalnej niż na programy nauczania stosowane w ramach edukacji formalnej.** Wciąż **brakuje mechanizmów** umożliwiających pracodawcom większe zaangażowanie się w proces kształcenia kadr na różnych poziomach (zawodowym, średnim, wyższym). Po części odpowiedzialny za to jest kształt polskiego systemu edukacyjnego, który **jest zbudowany w oparciu o zasady transferu wiedzy, a nie umiejętności.** W rezultacie absolwenci szkół kształcących na różnych poziomach nie posiadają odpowiednich dla potrzeb rynku pracy – i coraz bardziej potrzebnych – kompetencji kognitywnych (związanych z umiejętnościami analitycznymi, stosowaniem i tworzeniem wiedzy). Szkoły – właściwie na wszystkich poziomach – nie kształcą też odpowiednich zachowań potrzebnych na rynku pracy (dyspozycyjność, motywacja do pracy) oraz kompetencji interpersonalnych, które to wszystkie zdaniem pracodawców są powszechnie potrzebne¹³.

¹² Termin "kompetencje" oznacza wiedzę, umiejętniej i postawy (zwane kompetencjami społecznymi) danej osoby. Jeśli ktoś sprawdził, czy ta osoba posiada wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne umożliwiające realizację określonych zadań i wydał jej dokument –potwierdzający ten fakt np. dyplom, świadectwo lub certyfikat - to mamy do czynienia z kwalifikacjami. Kwalifikacje to potwierdzone kompetencje.

¹³ Górski J.(red.), Polski rynek pracy – wyzwania i kierunki działań na podstawie badań Bilans Kapitału Ludzkiego 2010–2015, PARP, Warszawa-Kraków, 2015, s. 20

Powyższa diagnoza wynikająca z bilansu kapitału ludzkiego oraz analiza różnorodnych systemów certyfikacji wskazują, że **stosowane znaki jakościowe koncentrują się prawie wyłącznie na standaryzacji i eksponowaniu funkcji certyfikowanego produktu turystycznego** bez uwzględnienia procesu zarządzania jakością w całym przedsiębiorstwie a w tym bez analizy kompetencji. W zdecydowanej większości przedstawionych powyżej systematów certyfikacji element wiedzy, umiejętności i kompetencji personalnych nie jest wyraźnie artykułowany. Pojawia się on, co prawda wśród kryteriów certyfikacji, ale definiowany niezwykle miękko, jak przykładowo: uprzejmość, gościnność, znajomość języków obcych, dysponowanie wiedzą i kwalifikacjami zawodowymi (ale nie określono jakimi), otwartość na potrzeby klienta. W kilku przypadkach procedur wprowadza się pojęcie stanowiska pracy „koordynator ds. jakości”, jednak mało realne jest aby takie stanowisko wystąpiło w mikro oraz MŚP turystycznych. Procedury certyfikacji umiejscowione są poza systemem edukacji formalnej (za wyjątkiem dotychczasowych ustawowych wymagań wobec przewodników górskich) pomimo programów np. specjalizacji na uczelniach. **Paradoksalnie instytucje edukacji formalnej poszukują „na zewnątrz” certyfikacji kompetencji dla uczniów/studentów** nie tworząc ich samemu mimo, że posiadają możliwości w tym zakresie.

Certyfikat TedQual

Podjęmowane są próby certyfikacji jakości edukacji formalnej i poza formalnej w turystyce czego przykładem jest program TedQual. Jest to certyfikat wydany przez Światową Organizację Turystyki w celu promowania jakości programów edukacyjnych, badawczych i szkoleniowych w turystyce. Jakość w sprawach edukacyjnych powinna obejmować wszystkich beneficjentów (studentów, pracodawców, społeczeństwo obywatelskie), a tym samym ...”przyczynić się do realizacji zasad światowego kodeksu etyki w turystyce”.



Jest to system certyfikacji dobrowolnej na podstawie minimalnych standardów edukacji turystycznej. W tym celu, system ten zawiera pięć obszarów analizy, zgodnie z którą ocenia się wewnętrzne, jak i zewnętrzne aspekty programu, zakres badań wnioskującej jednostki, infrastrukturę i wsparcie pedagogiczne, mechanizmy wsparcia zarządzania administracyjnego, istnienie przejrzystych mechanizmów wyboru uczelni/wydziału oraz sprzyjających warunków rozwoju zawodowego a także znaczenie treści programu studiów w odniesieniu do potrzeb sektora turystycznego. Każda instytucja, która oferuje jeden lub więcej programów w dziedzinie edukacji, szkoleń i badań w turystyce może ubiegać się o certyfikacji UNWTO-TedQual.

Każda instytucja, która chce uzyskać certyfikat musi wystąpić na piśmie do oficjalnie zarejestrowanej w UNWTO fundacji TedQual prowadzącej system certyfikacji (z siedzibą w Andorze), dodając do swojego wniosku formularz wstępnej rejestracji. Następnie następuje analiza i audyt prowadzony przez niezależnych ekspertów.

Certyfikat polski Uczelnia Liderów



Program certyfikacji prowadzony przez Fundację Rozwoju Edukacji i Szkolnictwa Wyższego z siedzibą w Sosnowcu, która została założona w 2010 roku z inicjatywy pracowników naukowych uczelni województwa śląskiego oraz środowisk nauczycielskich tego regionu. Nadzór nad działalnością FREiSW sprawuje Minister Edukacji Narodowej. Fundacja prowadzi programy rankingowania i certyfikowania szkół, uczelni, jednostek samorządu terytorialnego oraz innych podmiotów wspierających rozwój nowoczesnych form edukacji, rozwój kapitału intelektualnego, tworzenie społeczeństwa obywatelskiego i budowanie gospodarki opartej na wiedzy. Program Uczelnia Liderów adresowany jest „...do polskich uczelni, które w sposób szczególny troszczą się o to, by przekazywana w ich murach wiedza przystawała do potrzeb i oczekiwań rynku pracy”. Program ma charakter akredytacji środowiskowej – uczelnie bada i ocenia komisja złożona z naukowców: specjalistów w dziedzinie zarządzania jakością kształcenia, edukacji praktycznej i zarządzania szkolnictwem wyższym. W ramach postępowania certyfikacyjnego uczelnie oceniane są pod kątem jakości i efektywności procesu kształcenia, jakości współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz innowacyjności działań zorientowanych na edukację praktyczną studentów. Certyfikaty „Uczelnia Liderów” otrzymują szkoły wyższe, których absolwenci są dobrze przygotowani do pełnienia ról zawodowych zgodnych z profilem wykształcenia. Tytuły "Uczelni Liderów" przyznaje Komisja Certyfikacyjna złożona z naukowców reprezentujących ośrodki akademickie z całej Polski.

Rankingi uczelni wyższych

Zarówno w Polsce jak i za granicą prowadzone są rankingi szkół wyższych, w podziale na typy uczelni, rodzaj własności, kierunki kształcenia itp. Obserwuje się niezwykłą dynamikę powstawania nowych rankingów edukacyjnych – globalnych, regionalnych i narodowych, których jest już 100. Przewiduje się, że w ciągu trzech lat rankingi edukacyjne obejmą 2 tys. instytucji szkolnictwa wyższego, co stanowi 10 proc. działających obecnie szkół wyższych. Kryteria rankingowania ulegają permanentnej zmianie/modyfikacji. Zdaniem Waldemara Siwińskiego, prezesa Fundacji Edukacyjnej Perspektywy największą przyszłość mają rankingi „by subject”,

pokazujące specyfikę poszczególnych dyscyplin. Podkreśla także, że w kolejnych latach na znaczeniu zyskiwać będzie Ranking Kierunków Studiów.

Ranking szkół wyższych Perspektywy – prowadzony przez Fundację Perspektywy jest najpopularniejszym, ogólnie akademickim rankingiem, a kryteriami oceny są: prestiż, absolwenci na rynku pracy, umiędzynarodowienie, warunki kształcenia, siła naukowa oraz innowacyjność.

Szkolnictwo **wyższe uczelni o kierunkach turystycznych** posiada także swój ranking, prowadzony przez pismo Wiadomości Turystyczne w trzech profilach uczelni: ogólnoakademickim, praktycznym i mieszanym. Oceny dokonuje Kapituła.

Certyfikacja kompetencji turystycznych we Francji

W szkolnictwie turystycznym we Francji identyfikuje się (także, jako konsekwencję krajowych układów zbiorowych) przynajmniej 30 zawodów związanych z pięcioma obszarami przemysłu turystycznego:

Tab.8. Obszary sfery turystyki objęte kompetencjami we Francji

GASTRONOMIA	restauracje tradycyjne, fast food, restauracje sieciowe, kawiarnie
CZAS WOLNY	atrakcje kulturalne, parki rozrywki, ogrody zoologiczne, kasyna, sport, animacje rekreacyjne, centra jeździeckie, koleje linowe, statki spacerowe, porty spacerowe, termalizm, ośrodki kultury, organizacja spektakli
TRANSPORT	lotniczy-personel naziemny, lotniczy-personel nawigacyjny, drogowy, publiczny transport miejski –sieci pasażerów, taxi paryskie
ZAKWATEROWANIE	obiekty zakwaterowania społecznego i rodzinnego, hotelarstwo, zakwaterowanie plenerowe, nieruchomości (rezydencje, pokoje...)
TURYSTYKA-PODRÓŻ	agencje podróży, instytucje turystyczne, przewodnik (guide interpreter), pilot (guide accompagnateur)

W 2005 roku przeprowadzono badania oceniające mechanizm walidacji zdobytego doświadczenia i kwalifikacji zawodowych. Na tej podstawie Komisja Krajowa Certyfikacji Zawodowej (CNCP) sporządziła zbiór dyplomów i tytułów zawodowych uznawanych przez państwo i zarejestrowanych w krajowym katalogu certyfikatów zawodowych (RNCP), jak również profesjonalnych świadectw kwalifikacyjnych (CQP) ustalonych przez krajowe, wspólne komisje zatrudnienia (MOC) i szkoleń zawodowych. Występują trzy kategorie certyfikatów:

Tab.9. Kategorie kwalifikacji we Francji

Dyplomy lub tytuły państwowe	wydawane w ramach zorganizowanego dialogu na szczeblu krajowym pomiędzy każdym ministerstwem, partnerami społecznymi i przedstawicielami pracodawców i pracowników z przedstawicielami świata nauki, za pośrednictwem organów zwanych komitetami doradztwa zawodowego (CPC) dla kształcenia zawodowego i komisji nauczania narodowego (NPC) w ramach szkolnictwa wyższego (IUT). Te dyplomy lub tytuły są wpisane w rejestr RNCP. Ministerstwami, które obecnie korzystają z wpisanych certyfikatów są: edukacja (zawodowe i wyższe), rolnictwo, młodzież i sport, zatrudnienie, spraw społecznych i zdrowotnych.
Tytuły opracowane lokalnie, przez publiczne lub prywatne organizacje szkoleniowe	po procedurze wniosku o rejestrację. Ministerstwa, które nie dysponują instytucją konsultacyjną (obrona narodowa, kultura, infrastruktura) także muszą przejść przez procedurę rejestracji w RNCP. Rejestracja ta ma wpływ na ustawienie tytułów zawodowych w siatce poziomów kwalifikacji (V-I), który pozwala im na uzyskanie odpowiednika krajowego stopnia edukacji. Rejestracja ta umożliwi kandydatom edukacji, dostęp do niektórych systemów finansowania staży oraz umożliwi dostęp do certyfikacji uzyskanych kompetencji przez VAE (akredytacja nabytych kompetencji poza systemem szkolnictwa).
Świadectwa kwalifikacji wydane i uznawane przez różnych przedstawicieli branży	potwierdzenia kwalifikacji nabytych w przedsiębiorstwa poza rejestrem.

Francuski system edukacji, w odróżnieniu od polskiego, wyróżnia dość szczegółowo nabyte kompetencje (od poziomu V do III), przypisane do stanowisk pracy takich jak: agent biura recepcji turystycznej - agent d'accueil touristique), animator (assistant animateur du tourisme), agent techniczny turystyki (agent des services techniques du tourisme), agent poliwalentny (agent polyvalent des organismes de tourisme). Inne proponowane zawody: jeden związany z turystyką wyjazdową (technicien commercial du tourisme options vente ou commercialisation) i dwa związane z recepcją w miejscu docelowym (technicien d'accueil touristique options accompagnement ou animation i animateur de tourisme local). Kolejnymi stanowiskami są: technik gościnności (technicien d'accueil), sprzedaż usług turystycznych (vente de services touristiques), sprzedaż usług turystyki biznesowej, asystent handlowy w turystyce i hotelarstwie. Szkolnictwo publiczne prowadzi edukację w zawodzie «ticketing i organizacja usług podróźniczych» (télébilletterie et services voyages orientée sur le versant tourisme émetteur). Na kolejnych poziomach i specjalizacja związanych z hotelarstwem występują zawody takie jak: gościnność w hotelarstwie, pracownik pięt, hotelarstwo plenerowe czy barman. Lista ta nie jest pełna.

5. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Przedsiębiorcy mają wyraźnie zróżnicowane opinie na temat zasadności certyfikacji, przy czym hotelarze są wyraźnie tą grupą, która wykazuje silniejsze zainteresowanie pozyskaniem certyfikatów jakościowych i wizerunkowych. W przeprowadzonym sondażu ankietowani zwracają uwagę na fakt, że odpłatności za certyfikaty, może stanowić barierę dla zainteresowania ich pozyskaniem. Uważa się, że oferta certyfikatów winna wyraźnie wskazywać korzyść i przewagę konkurencyjną na rynku¹⁴. Swobodne wypowiedzi nie uwzględniały wymogów kwalifikacyjnych kadry.

opinie pozytywne	opinie negatywne
uwiarygodnia firmę	żadne certyfikaty nie wpłynęły na moją sprzedaż
niektóre, takie jak ISO są w hotelarstwie wręcz niezbędne	firmy przydzielające certyfikaty patrzą tylko na komercyjny efekt
można poprzez certyfikat uwiarygodnić swoją ofertę wobec klienta	certyfikaty można kupić i nie świadczy to o jakości
rekomendacje pozwalają wejść w „obieg informacyjny”	turystyczne izby gospodarcze nie mają moralnego prawa wprowadzać rekomendacje/certyfikaty bo to różnicuje firmy na „lepsze” i „gorsze”
jestem w stanie ubiegać się i zapłacić za certyfikat o ile zobaczę korzyści ekonomiczne w krótkim okresie czasu	jest na rynku zbyt dużo różnych dyplomów, certyfikatów, które nie świadczą o niczym
jest za certyfikacjami ukazującymi dobrą jakość	skomplikowanych usług turystycznych nie da się standaryzować

Zarówno z powyższego sondażu jak i cytowanych badań europejskich wyciągnąć należy wniosek o silnej barierze wewnętrznej wobec certyfikacji w branży turystyczno-hotelarskiej. Należy przyjąć hipotezę, że popyt przedsiębiorców na certyfikację jakości będzie się rozwijał wraz z dostrzeganiem ich ekonomicznych korzyści, a może jako związany z procesem rabatów w dostępie np. do narzędzi promocyjnych regionu/kraju/miasta lub zadań zleconych/powierzonych.

Autor pokusił się o przeprowadzenie analizy SWOT odnośnie perspektywy wprowadzania certyfikacji turystycznych w Polsce i uzyskał następującą sytuację diagnostyczną.

¹⁴ Walas B., Celuch K., Szanse rozwoju certyfikacji w świetle opinii przedsiębiorców turystycznych w Polsce, W: Ewolucja podaży i popytu w turystyce (red. B. Walas, J. Sobczuk), monografia naukowa, Sucha Beskidzka, 2014.

Tab.10. Analiza SWOT perspektyw certyfikacji turystycznej w Polsce

mocne strony	słabe strony
element zarządzania jakością TQM (Total Quality Management)	niski poziom zarządzania przez jakość, brak wiedzy przedsiębiorców i psychologicznej akceptacji TQM
poprawa rozpoznawalności i standaryzacja usług	przewaga certyfikatów uznaniowych (i bezpłatnych) nad certyfikatami opartymi o procedury (i płatnymi)
uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej	brak potwierdzonego wpływu certyfikacji na wielkość sprzedaży wywołująca niechęć do poddanie się takiemu narzędziu zarządzania
jakość i CSR jako narzędzia komunikacji marketingowej	niewielki udział produktów certyfikowanych w oparciu o procedury (w tym audyt) na rynku usług turystycznych
rosnące wymagania klientów w zakresie potwierdzonych standardów jakościowych	niewielka rozpoznawalność znaków jakościowych przez konsumentów
	niska obiektywizacja procedur certyfikacyjnych
	minimalna weryfikacja kompetencji zawodowych w procedurach certyfikujących
szanse	zagrożenia
opieranie decyzji zakupowych konsumenta w oparciu o różne formy i źródła rekomendacji	mnożenie certyfikatów obniży wiarygodność i rozpoznawalność jakości. Brak nacisku popytu na usługi wyróżnione jakościowo
certyfikacja w strategii rządowej rozwoju turystyki do 2020	nowe modele biznesu z obszaru sharing i gig economy
rola zarządzania jakością i certyfikacji w polityce turystycznej Unii Europejskiej	opór przed standaryzacją w grupach przedsiębiorstw
rosnąca świadomość przedsiębiorców	wewnętrzne standardy jak w hotelarstwie sieciowym nie zainteresowane systemem akredytacji i certyfikacji
zbudowanie modelu certyfikacji z instytucją akredytującą	nierozpoznanie przez certyfikowanych korzyści ekonomicznych ze znaków jakościowych
	atomizacja przedsiębiorczości w sektorze usług turystycznych. Dominacja mikro, małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych
	niski udział edukacji formalnej w systemie wyróżniania jakością

Konkluzja dotycząca uwzględniania kwalifikacji kadry w procedurach certyfikacyjnych

Polska nie posiada zinstytucjonalizowanego systemu certyfikacji jakości w turystyce a występujące na rynku krajowym znaki jakościowe mają znamiona:

1. kategoryzacji (SZORT, Gospodarstwa Gościnne)
2. rekomendacji w oparciu o oceny użytkowników (OTA)
3. certyfikatów proceduralnych¹⁵ jakości obiektów (certyfikacje SPA)
4. certyfikatów proceduralnych ekologicznych

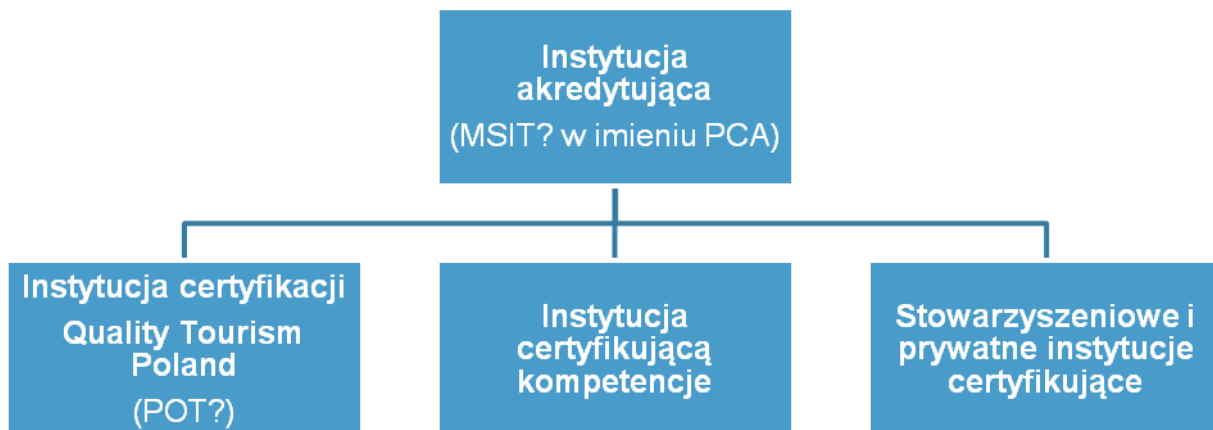
¹⁵ Użyto sformułowania „proceduralny” co oznacza nadanie certyfikatu w oparciu o audyt wieloczynnikowy

5. certyfikatów proceduralnych biur informacja turystycznej
6. znaków produktowych szlaków tematycznych i sieciowych
7. certyfikatów konkursowych.

Stworzenie modelu zarządzania jakością w turystyce winno uwzględniać następujące cechy:

1. ujęcie w modelu edukacji formalnej, nieformalnej i pozaformalnej,
2. wprowadzenie instytucji akredytującej,
3. zaangażowanie samorządu gospodarczego i stowarzyszeń turystycznych w tworzenie i zarządzanie modelem jest warunkiem niezbędnym,
4. analiza zasadności certyfikatu jakości turystyki (typu quality tourism),
5. rozważenie uwzględnienia w systemach certyfikacji wymogów dotyczące kwalifikacji personelu,
6. powierzenie zadań szkolnictwu wyższemu np. chociażby w procedurze audytu
7. certyfikacja kompetencji edukacji nieformalnej,
8. program promocji systemów certyfikacji wobec konsumentów
9. program transferu wiedzy.

REKOMENDOWANY MODEL



Rekomendacje dla Sektorowej Rady ds. Kompetencji

Ewolucja turystyki stale przyspiesza. Nowe tendencje produktowe, nowe technologie i rosnące zapotrzebowanie coraz bardziej zindywidualizowanego klienta powodują, że wymagania dotyczące pracowników sektora turystycznego stają się coraz bardziej specjalistyczne w zakresie kwalifikacji. Szereg nowych i hybrydowych zawodów w obszarze turystyki jest na razie nieznanymi i niezidentyfikowanymi. Głównymi problemami kadr w sektorze turystycznym (bardzo podobne w różnych krajach) są: niskie zarobki (a istnieją nawet domniemania o zmywy płacowe), wymagania elastyczności kwalifikacji personelu, niewielki poziom szkoleń, wysoka rotacja personelu.

Różnorodne, w tym zagraniczne badania, wskazują, że w sektorze turystycznym brakuje dobrze wyszkolonych pracowników na poziomie średnim¹⁶, a wśród wskazywanych słabości wymienia się brak umiejętności interpersonalnych.

Wiele krajów prowadzi dyskusję poszukując odpowiedzi na pytanie: więcej specjalistów czy więcej pracowników z wiedzą ogólną? O takim dylemacie świadczą też opinie pracodawców poszukujących niekoniecznie pracowników po szkołach/uczelniami turystycznych. Niemniej kwalifikacje z sektora turystycznego są doceniane przez inne sektory, a kwalifikacje z innych sektorów są przydatne w turystyce. Wielu wykwalifikowanych pracowników opuszcza ten sektor, a wielu wyszkolonych absolwentów szkół turystyki nie podejmuje pracy w sektorze, co staje się marnotrawstwem zasobów ludzkich i umiejętności. W badaniach dotyczących edukacji w turystyce zidentyfikowały 9 obszarów kwalifikacji¹⁷:

- **programowanie podróży** dla osób indywidualnych (travel designer, designs journeys for individuals or groups),
- **agent podróży online** (online advice and sale of tourism products and services),
- **organizator wydarzeń** (event designer, plans and organises special events for individuals or groups)
- **pilot** (travel guide, organises journeys, provides information and is a competent and responsible guide),
- **animator** (*animateur*, is a contact person and entertains customers at hotels, clubs or gyms),
- **przewodnik dla osób o ograniczonej mobilności** (travel guide for people with restricted mobility, guides and cares for older as well as handicapped tourists and is responsible for information and organisation during the journey),
- **specjalista relacji z klientem** (specialist for guest relations and service, is responsible for the all-round service for special guests and exclusive hotels, fairs, etc.),

¹⁶ L. Abich, H.Freikamp; Trend qualifications in German tourism, Institute of Structural Policies and Economic Development, Germany, CODEFOP, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005.

¹⁷ za International work shop: Trends and skill needs in the tourism sector, CEDEFOP, pdf, s.4.

- **specjalista podróży służbowych** (specialist for business travel management, works at a travel agency organising and controlling business travel for single customers and businesses),
- **agent doradca** (agency service specialist, provides product information, training and is a consultant concerning marketing and customer care).

Powyżej zdefiniowany zakres kwalifikacji nie jest zapewne pełny, a może i dyskusyjny (brak obszaru chociażby usług prozdrowotnych, zarządzania atrakcjami itd.), niemniej określa kierunek prac prowadzonych w Europie. W takim kontekście inwentaryzacji narzędzi podnoszenia jakości kwalifikacji zawodowych w turystyce poprzez system certyfikacji oraz kwalifikacji zawodowych wydaje się, że **prace SRKT lub wnioski powinny dotyczyć:**

1. stworzenie matrycy zawodów i kwalifikacji szerszych niż w podstawowym projekcie SRKT,
2. analizy prawnej możliwości delegacji certyfikacji w oparciu o regulacje prawne pomocniczości i powierzenia oraz skłonności administracji państwowej do takich działań,
3. niezbędnego włączenia w proces działań SRKT samorządów gospodarczych i organizacji turystyczno-hotelarskich, bez których zaangażowania, model docelowy skazany będzie na porażkę (sam udział w Radzie może nie być wystarczający),
4. stworzenia przez państwo systemu zachęt/wsparcia dla potwierdzania kompetencji i certyfikacji,
5. opracowania kampanii promocji usług certyfikowanych wobec konsumenta,
6. włączenie szkół wyższych w proces certyfikacji i potwierdzania kompetencji,
7. wplecenia wymagań z obszaru wiedzy, umiejętności i kwalifikacji w wybrane narzędzia certyfikujące, jako model uwzględniania wymogów kwalifikacyjnych w systemach kwalifikacji produktów turystycznych,
8. stworzenia krajowego systemu certyfikatu „Quality in tourism” na bazie programu certyfikowanego produktu turystycznego POT.

6. Bibliografia

W ekspertyzie wykorzystano poniższe pozycje bibliograficzne, akty prawne i materiały wewnętrzne instytucji dostępne w wersjach pisemnych lub upublicznione na stronach internetowych.

1. Benedykcińska E., Analiza systemów kontroli jakości w turystyce na przykładzie wybranych państw europejskich, MSIT, 2015, maszynopis.
2. Bien A., A simple user's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism, Center for ecotourist and sustainable development, 2006.
3. Bilans kompetencji w branży turystycznej, raport przygotowany na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa przez Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych oraz Interdyscyplinarne Centrum Badań i Rozwoju Organizacji, Uniwersytet Jagielloński, Kraków, listopad 2015.
4. Estimated impacts of possible options and legal instruments of the umbrella european tourism label for quality schemes, FINAL REPORT submitted to the European Commission, DG Enterprise and Industry Within Framework Contract B4/ENTR/008/006, Centre for European Policy Studies (CEPS), Bruksela, 2012.
5. Fayos-Sola E., An introduction to Tedqual a methodology for quality in tourism education and training, WTO, Madrid, 1997.
6. Górski J.(red.), Polski rynek pracy – wyzwania i kierunki działań na podstawie badań Bilans Kapitału Ludzkiego 2010–2015, PARP, Warszawa-Kraków, 2015.
7. Trends and skill needs in the tourism sector, CODEFOP, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005.
1. Jarzębiński M., Standardy jakości w turystyce, UMK, Toruń, 2007.
2. Jarzębiński M., Rola znakowania i certyfikacji systemów jakości w procesie spełnienia wymagań klienta na przykładzie branży hotelarskiej [w:] T. Borys, P. Rogala (red.), Orientacja na klienta jako kryterium doskonałości, Prace Naukowe UE we Wrocławiu nr 151, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 261-277.
3. Jarzębiński M., Skuteczność działań doskonalących system zarządzania jakością w organizacji usługowej, [w:] T. Sikora (red.), Zarządzanie jakością – Doskonalenie organizacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, t. II, Kraków 2010, s. 73-85.
4. Jarzębiński M., Normalizacja w branży turystycznej i jej znaczenie dla przedsiębiorstw, [w:] T. Wawak (red.), Komunikacja i jakość w zarządzaniu, t. II, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, s. 467-482.
5. Jarzębiński J., Uwarunkowania implementacji międzynarodowych standardów jakości w turystyce, [w:] Kurek W., Mika M. (red.), Studia nad turystyką. Tradycje, stan obecny i perspektywy badawcze. Geograficzne, społeczne i ekonomiczne aspekty turystyki, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2007.
6. Kachniewska M., Zarządzanie jakością usług turystycznych, Difin, 2002.
7. Kachniewska M., ISO 9001 w przedsiębiorstwie turystycznym, WSHIP, Warszawa 2004.
8. Rouba R., Czy potrzebna jest certyfikacja obiektów SPA?.
9. Strietska-Illina O., M. Tessaring., Trends and skill needs in tourism, Cedefop Panorama series; 115, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005.
10. Scott N., Martino M., Niekerk M., Knowledge transfer to and within tourism, Emerald Publishing, 2017.
11. Walas B., Celuch K., Szanse rozwoju certyfikacji w świetle opinii przedsiębiorców turystycznych w Polsce, W: Ewolucja podaży i popytu w turystyce (red. B. Walas, J.Sobczuk), monografia naukowa, Sucha Beskidzka, 2014.
12. Walas B., Certyfikacja w turystyce jako innowacyjne rozwiązanie we wsparciu MŚP turystycznych w Polsce i w Europie, Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości, Nauka dla Biznesu, 2013.
13. Wolniak R., Skotnicka B., Metody i narzędzia zarządzania jakością. Teoria i praktyka, Wyd. Politechniki Śląskiej, Gliwice 2005.