

DARBUOTOJŲ KOMPETENCIJŲ SVARBA SVETINGUMO IR TURIZMO SEKTORIUOSE

Jūratė Martinonytė, Aušrinė Černiauskienė, Andrius Brusokas
Kauno kolegija

Anotacija. Svetingumo ir turizmo rinka yra specifinė – svečių lūkesčiai ir konkurencija nuolat didėja, paslaugų paskirstymo ir komunikavimo su vartotojais būdai sparčiai keičiasi, taikomos naujos paslaugų teikimo technologijos, organizacijos nuolat patiria spaudimą mažinti sąnaudas, o vadovai ir darbuotojai turi mokėti prisitaikyti dirbdami skirtingų tautybių ir išsilavinimo komandoje. Svetingumo ir turizmo paslaugas teikiančioms organizacijoms reikia darbuotojų su kompetencijomis, kurios atitinka šio verslo poreikius. 2020 m. vasario–gegužės mėnesiais vykdytas tyrimas, siekiant nustatyti svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojams reikalingas kompetencijas. Tyrimo rezultatams įtakos galėjo turėti 2020 m. pasaulinė pandemija, kuri labai paveikė analizuojamus svetingumo ir turizmo sektorius. Nustatyta, kad svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantys darbuotojai turi mokėti anglų, rusų bei vokiečių kalbas, pasižymėti kūrybiškumu, iniciatyvumu ir lankstumu. Dirbant turizmo ir svetingumo srityse darbdaviams labai svarbu, kad visi darbuotojai gebėtų valdyti stresą, spręstų konfliktines situacijas, efektyviai planuotų laiką, gebėtų dirbti komandoje. Gebėjimas įtikinti, darbo planavimas ir organizavimas, gebėjimas parduoti įmonės produktus bei paslaugas, lyderystė yra aktualūs tik tam tikroms pareigybėms. Marketingo, psichologijos ir tarpkultūrinio turizmo žinios svarbios visiems svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantiems darbuotojams.

Reikšminiai žodžiai: svetingumas, turizmas, darbuotojų kompetencijos.

Įvadas

Pasak Chiang (2020), svetingumo ir turizmo rinka yra specifinė – svečių lūkesčiai ir konkurencija nuolat didėja, paslaugų paskirstymo ir komunikavimo su vartotojais būdai sparčiai keičiasi, taikomos naujos paslaugų teikimo technologijos, organizacijos nuolat patiria spaudimą mažinti sąnaudas, o vadovai ir darbuotojai turi mokėti prisitaikyti dirbdami skirtingų tautybių ir išsilavinimo komandoje, todėl svetingumo ir turizmo paslaugas teikiančioms organizacijoms reikia darbuotojų su kompetencijomis, kurios atitinka šio verslo poreikius (Bharwani, Talib, 2016). Tai pabrėžia įvairiose šalyse atlikti tyrimai.

„Norint sumažinti spragą tarp mokymo programų ir rinkos poreikių, būtina palaikyti glaudų ryšį su svetingumo ir turizmo rinkos dalyviais, identifikuoti pokyčius bei koreguoti programas“, teigia Alexakis ir Jiang (2019), kurie tyrimu seikė atskleisti, kaip JAV svetingumo srities vadovai vertina studentų, baigusių svetingumo programas, kompetencijas. Rezultatai buvo palyginti su JAV koledžų svetingumo programų turiniu. Tyrimo rezultatai parodė, kad svetingumo ir turizmo mokymo programose akcentuojamos kompetencijos skiriasi nuo tų, kokias kompetencijas norėtų matyti svetingumo rinkos darbdaviai.

Tą patį pažymi ir Renfors (2017): „besikeičiančioje ES aplinkoje, aukštosios mokyklos lėtai reaguoja į poreikius ir negali numatyti ruošiamų specialistų kompetencijų svarbos ateityje, todėl svarbu atlikti potencialių darbdavių nuomonės tyrimus, padedančius išsiaiškinti, kokios turizmo sektoriuje dirbančių darbuotojų kompetencijos aktualios nuolat

kintačioje rinkoje. Verslo ir mokslo sektoriaus bendradarbiavimo svarbą pabrėžia Patacsi ir Tablatin (2017). Peržiūrėti studijų programas ir jas tobulinti yra svarbu dėl to, kad svetingumo ir turizmo rinka yra stipriai paveikta dalinimosi ekonomikos organizacijų, kurios suteikia klientams pozityvią patirtį ir kuria su jais emocinius ryšius (Kandampully, Zhang, Jaakkola, 2018). 2018 metais Lietuvoje parengtoje kvalifikacijų tyrimo ataskaitoje „Turizmo, sporto, pramogų ir poilsio paslaugų sektoriaus profesinio standarto rengimui“ pažymima, kad „darbdaviams aktualios plačiosios kvalifikacijos, apimančios visą eilę veiklos sričių ir suteikiančios asmeniui daugiau kompetencijų. Esant nuolatinei technologijų kaitai, globalizacijai, judumui, keičiasi darbų pobūdis, todėl platesnės aprėpties kvalifikaciją turintis asmuo lengviau integruojasi darbo rinkoje“ (Kvalifikacijų tyrimo ataskaita, 2018).

Svetingumo ir turizmo sektoriuose dirbančių darbuotojų kompetencijų raišką analizavo įvairūs autoriai (Bharwani, Talib, 2016; Patacsi, Tablatin, 2017; Renfors, 2017; Adeyinka-Ojo, 2018; Alexakis, Jiang, 2019; Chiang, 2020 ir kt.). Aukštosioms mokykloms šiuo metu tenka svarbus uždavinys: prisitaikyti prie nuolat kintančių verslo poreikių, o tam reikia reguliariai apklausti darbdavius ir sužinoti jų nuomonę.

Tyrimo tikslas – nustatyti svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojams reikalingas kompetencijas.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojų kompetencijų svarbą teoriniu aspektu.
2. Nustatyti darbdavių požiūrį į svetingumo ir turizmo darbuotojų reikalingas kompetencijas.

Objektas – Kauno miesto svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojams reikalingos kompetencijos.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, apklausa raštu.

Kompetencijų klasifikacija

Atliktų tyrimų (Shariff et al, 2014; Adeyinka-Ojo, 2018; Chiang, 2020 ir kt.) rezultatai atskleidžia, kad svetingumo ir turizmo darbuotojai turi turėti įvairių kompetencijų ir įgūdžių, kurie padėtų ne tik bendrauti su klientais, bet ir jų siūlomas paslaugas turėtų klientams suteikti įsimintinų patirčių, kas lemtų norą pakartotinai naudotis paslaugomis. Mokslinėje literatūroje pateikiamos kelios kompetencijų klasifikacijos, tačiau viena dažniausiai analizuojamų, tai – kompetencijų skirstymas į „kietąsias“ (dalykines) ir „minkštąsias“ (bendrasias) kompetencijas. Autoriai diskutuoja, kurios kompetencijos yra svarbesnės, išskirdami skirtingų kompetencijų svarbą:

Technologinės kompetencijos. Turizmas ir svetingumas yra pramonės šakos, kurias labai pakeitė informacinės technologijos (Chiang, 2020). Turizmo srityje vyksta technologinė kaita, kuri didina darbo efektyvumą. Todėl darbuotojams reikalingi nauji sugebėjimai dirbti su naujomis technologijomis – išnaudoti šiuolaikines interneto galimybes, mokėti dirbti su moderniomis komunikacijos priemonėmis, kurios leidžia „efektyviau bendradarbiauti su klientais ir tiekėjais, pateikti informaciją apie įmonę ir jos paslaugas įvairiais elektroniniais formatais ir komunikacijų kanalais“. Auga darbo iš namų poreikis ir galimybės, kas leidžia efektyviau samdyti darbuotojus, o darbuotojams – suderinti darbą ir asmeninį gyvenimą (Kvalifikacijų tyrimo ataskaita, 2018).

Darbdaviai svetingumo rinkoje tikisi, kad absolventai sugebės dirbti su įvairiomis kompiuterinėmis programomis: teksto redagavimo, skaičiavimo, duomenų bazėmis, taip pat specifinėmis turizmo ir svetingumo srities pardavimų ir išteklių valdymo programomis. Tačiau mokymo įstaigos susiduria su iššūkiu – kompiuterinės programos labai greitai sensta, jų atnaujinimas brangiai kainuoja. Todėl norint mokymosi įstaigai jas įsigyti, tenka daug investuoti, o studentui pabaigus studijas, programos versija gali būti jau pasenusi. Todėl viešbučių ir turizmo vadybos specialybės studentai yra mokomi bendrų darbo kompiuteriu įgūdžių, o darbo su specializuotomis programomis išmoka praktikos metu (Mandabach, Vanleeuwen, Bloomquist, 2001). Anot Patacsi ir Tablatin (2017), norėdami prisitaikyti prie rinkos pokyčių, darbuotojai turi

gebėti naudotis naujausiomis technologijomis ir programomis.

Shariff et al. (2014) nustatė, kad priimant darbuotojus į turizmo ir svetingumo sektorių labiausiai atsižvelgiama į gebėjimą dirbti komandoje, o technologijų naudojimas yra mažiausiai svarbus lyginant su gebėjimu bendrauti, aptarnauti ir perteikti informaciją klientams.

„Minkštosios“ kompetencijos. Tyrime, atliktame Sisson ir Adams (2013), buvo siekiama išsiaiškinti, kokias kompetencijas turi turėti viešbučių, restoranų vadovai, taip pat konferencijų ir renginių organizavimo specialistai. Buvo prieita prie išvados, kad 86 proc. svarbiausių kompetencijų buvo „minkštosios“ kompetencijos (angl. soft competencies). Taip pat nustatyta, kad vertinant skirtingas vadovų funkcijas, 76 proc. dalykinių kompetencijų nebuvo svarbios. Todėl autoriai siūlo viešbučių ir turizmo vadybos mokymo įstaigoms daugiau dėmesio skirti būtent minkštųjų kompetencijų ugdymui.

Weber, Crawford, Lee ir Dennison (2013) tyrime siekė išsiaiškinti, kiek svarbios „minkštosios“ kompetencijos svetingumo rinkos darbuotojams. Jie sukūrė šių kompetencijų modelį, skirtą personalo vadovams, dirbantiems svetingumo srityje. Darbuotojai, įdarbinti įvertinant jų „minkštąsias“ kompetencijas, ilgiau išlieka darbo vietoje ir yra produktyvesni, kas lemia svetingumo organizacijos pelningumą.

Minkštosios kompetencijos išskirtos ir turizmo kvalifikacijų tyrimo ataskaitoje (2018). Tai iniciatyvumas ir verslumas, kai darbuotojas stengiasi parduoti kuo daugiau įmonės produktų. Svarbus gebėjimas mokytis, nes turizmo sritis yra kintanti – atsiranda naujos kelionių kryptys, kurias reikia pažinti, domėtis srities tendencijomis. Geri bendravimo įgūdžiai, kultūrų pažinimas – tai ypač svarbu visoms pareigybėms turizmo ir svetingumo rinkoje.

Lyderystės kompetencijos. Nareeya ir Beeton (2018) tyrime apie Tailando viešbučių vadovų lyderystės kompetencijas išskyrė tokias: sprendimų priėmimo, savęs valdymo, bendravimo, problemų sprendimo, strateginio mąstymo ir tarpasmeninių santykių (interpersonal skills). Tačiau autoriai pabrėžia, kad kompetencijas, kurių reikia viešbučių darbuotojams, taip pat lemia tiek šalies, tiek organizacijų kultūra.

Bharwani and Talib (2016) atliko išsamią literatūros šaltinių analizę ir paruošė 43-ų lyderystės kompetencijų modelį, skirtą svetingumo organizacijoms. Svetingumo rinkos lyderystės kompetencijos suskirstytos į 4 pagrindines dimensijas: kognityvines kompetencijas (žinias), funkcines kompetencijas (įgūdžius), socialines kompetencijas (požiūrį ir elgseną) ir meta

kompetencijas (motyvus ir asmenybės bruožus). Kaip rašo autoriai, šis modelis yra puiki priemonė ruošiant studijų turinį, siekiant patenkinti svetingumo rinkos personalo poreikį. Kognityvinės kompetencijos – tai sprendimų priėmimas, kūrybiškumas, analitiniai sugebėjimai, pokyčių valdymas ir kt. Tarp socialinių kompetencijų įtrauktas efektyvus bendravimas, konfliktų valdymas, gebėjimas dirbti komandoje. Iš funkcinų kompetencijų svarbus gebėjimas paskirstyti išteklius, analizuoti finansus, darbas kompiuteriu. Meta kompetencijos – tai asmeninės žmogaus savybės: etika, emocijų valdymas, pasitikėjimas savimi, lankstumas ir noras mokytis.

Komunikacija (užsienio kalbų mokėjimas). „Plečiantis kelionių geografijai, tiek atvykstamajame, tiek ir išvykstamajame turizme auga įvairių užsienio kalbų mokėjimo poreikis, vien anglų ar rusų kalbų žinių nebepakanka“ (Kvalifikacijų tyrimo ataskaita, 2018). Turizmo srityje pastebimas poreikis mokėti daugiau nei dvi užsienio kalbas, ypač retas kalbas. Turizmo centrai ruošia nišines ekskursijas ir pritaiko jas pagal atvykstamųjų turistų tautybę, šalį. Gebėjimas kalbėtis su turistais jų gimtąją kalba tampa privalumu, prisideda prie teigiamos patirties kūrimo, padeda pritraukti daugiau turistų iš konkrečių šalių.

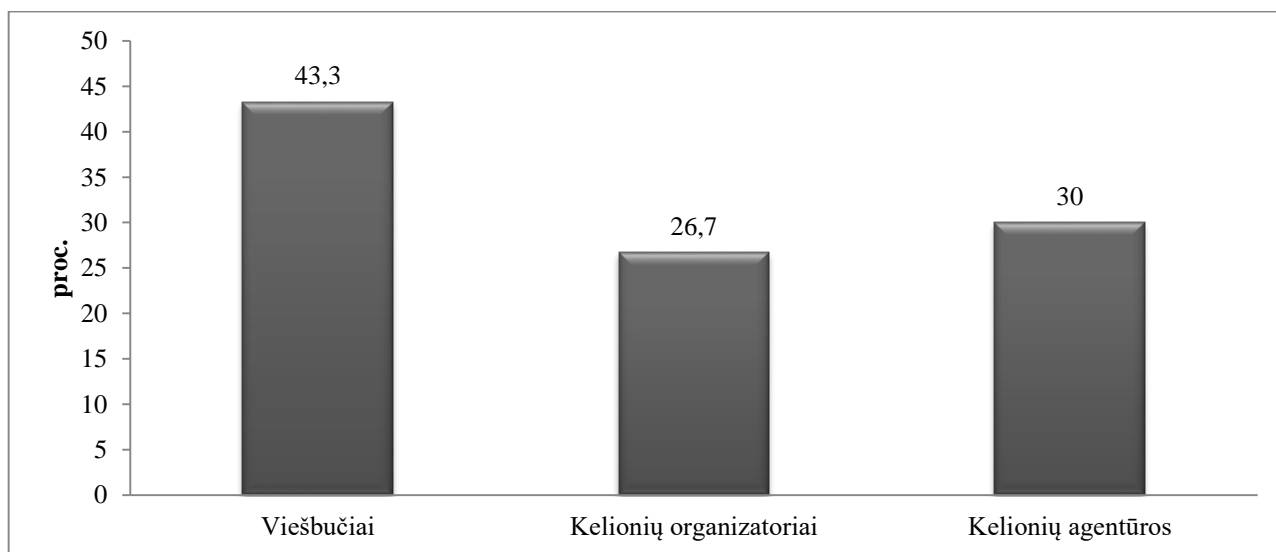
Navickienės ir Bučiūnienės (2007) tyrime „Pagrindinių turizmo srities darbuotojų kompetencijų nustatymas“, kuriame buvo apklausti turizmo įmonių darbuotojai, 83 proc. apklaustųjų kalbų mokėjimą paminėjo kaip vieną svarbiausių turizmo srities darbuotojų įgūdžių.

Apibendrinant galima teigti, kad svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantys darbuotojai turi demonstruoti skirtingas kompetencijas, nes kiekvienas klientas yra skirtingas, o svetingumo ir turizmo sektorių rinka nuolat kinta. Tyrimų rezultatai atskleidžia, kad verslas ir turizmo bei svetingumo specialistus ruošiančios aukštosios mokyklos turi bendradarbiauti, siekiant kokybiškesnio būsimų darbuotojų rengimo.

Tyrimo metodika ir organizavimas

2020 m. vasario–gegužės mėnesiais vykdytas tyrimas, siekiant nustatyti svetingumo ir turizmo sektorių darbuotojams reikalingas kompetencijas. Tyrimo rezultatams įtakos galėjo turėti pasaulinė pandemija, kuri labai paveikė analizuojamus svetingumo ir turizmo sektorius.

Tyrimo imčiai sudaryti pasirinkta tikslinė, patogioji atranka – kai parenkami lengviausiai pasiekiami individai, t. y. svetingumo ir turizmo sektoriaus įmonės, esančios Kaune. Tyrime sutiko dalyvauti 30 skirtingo pobūdžio svetingumo ir turizmo sektoriaus įmonių – viešbučių, kelionių organizatorių, kelionių agentūrų vadovai. Anketos sukurtos remiantis analizuotų mokslinių tyrimų rezultatais ir rekomendacijomis, sujungiant tiek „kietąsias“ (dalykines), tiek „minkštąsias“ (bendrasias) kompetencijas. Elektroniniais laiškais svetingumo ir turizmo sektoriaus įmonėms, kurios savo veiklą vykdo Kaune buvo nusiųsta nuoroda į anketą, prašant pateikti atsakymus, nurodant tyrimo tikslą, užtikrinant duomenų anonimiškumą. Dauguma (43,3 proc.) tyrime dalyvavusių buvo viešbučių vadovai (1 pav.).



1 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių veiklos pobūdis

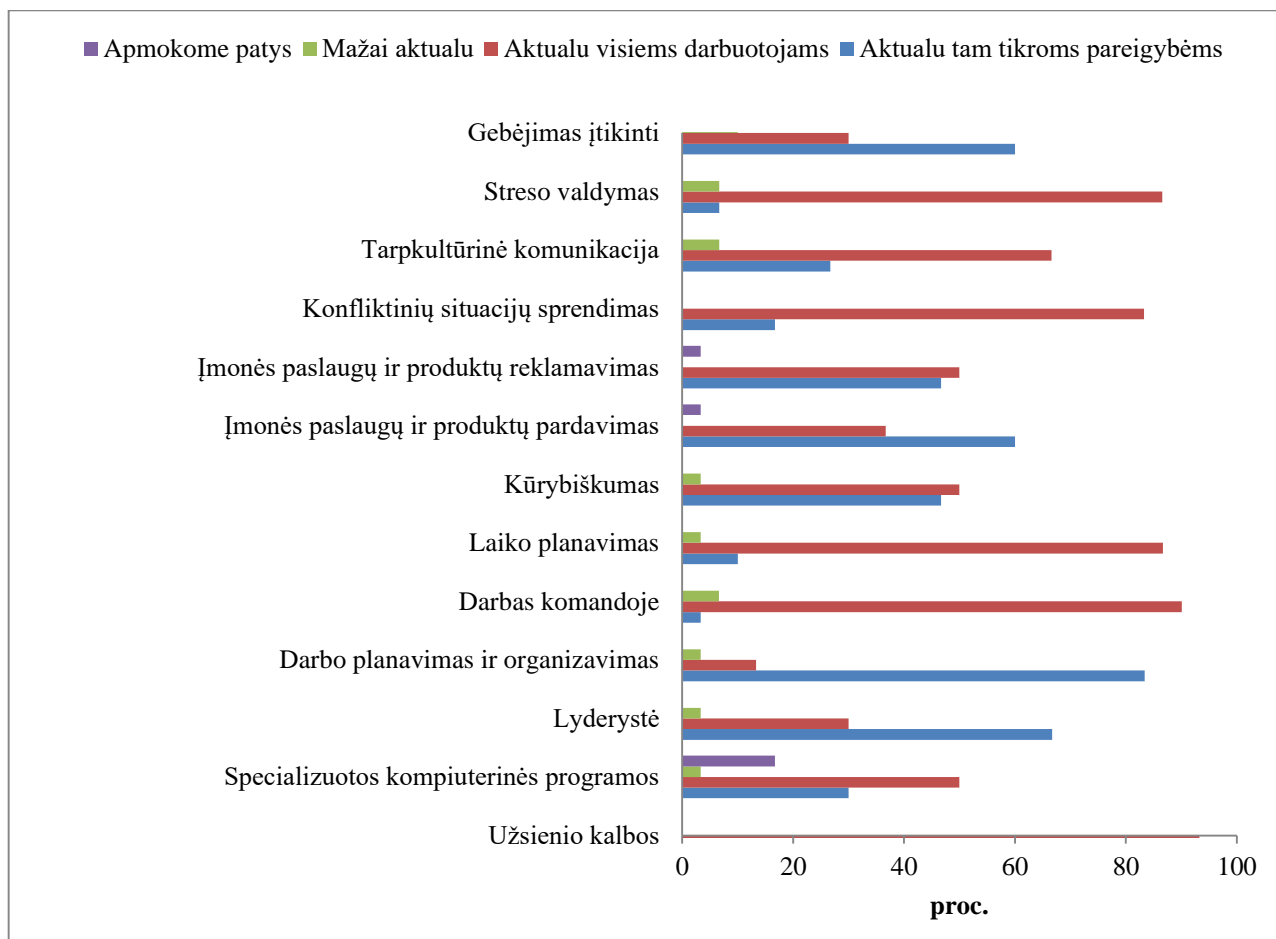
Dalis įmonių vadovų atsisakė dalyvauti tyrime, pateikdami atsakymą, kad yra sustabdę savo veiklą ir negali pateikti korektiškų apklausos atsakymų. Pateikti atsakymai analizuoti apibendrintai, atskleidžiant pateiktą vertinimą.

Tyrimo rezultatų analizė

Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti, kokių pareigų darbuotojų turizmo ir svetingumo įmonėms trūksta, tačiau atsižvelgiant į turizmo sektoriaus situaciją COVID-19 pandemijos metu, rezultatai gali neatspindėti darbuotojų poreikio įprastomis rinkos sąlygomis. Tačiau atkreiptinas dėmesys, kad visi respondentai pažymėjo, jog trūksta motyvuotų darbuotojų tiek kalbant apie kelionių pardavimus, tiek apie produkto vystymą bei vadybininkus. Tai atskleidžia, kad darbuotojų motyvacija yra labai svarbus veiksnys, priimant darbuotojus į svetingumo ir turizmo sektorių įmones. Kelionių

organizatoriams, agentūroms nuolat reikalingi kelionių gidai, rinkos analitikai, produkto vystymo vadybininkai, viešbučiams nuolat reikalingos kambarinės.

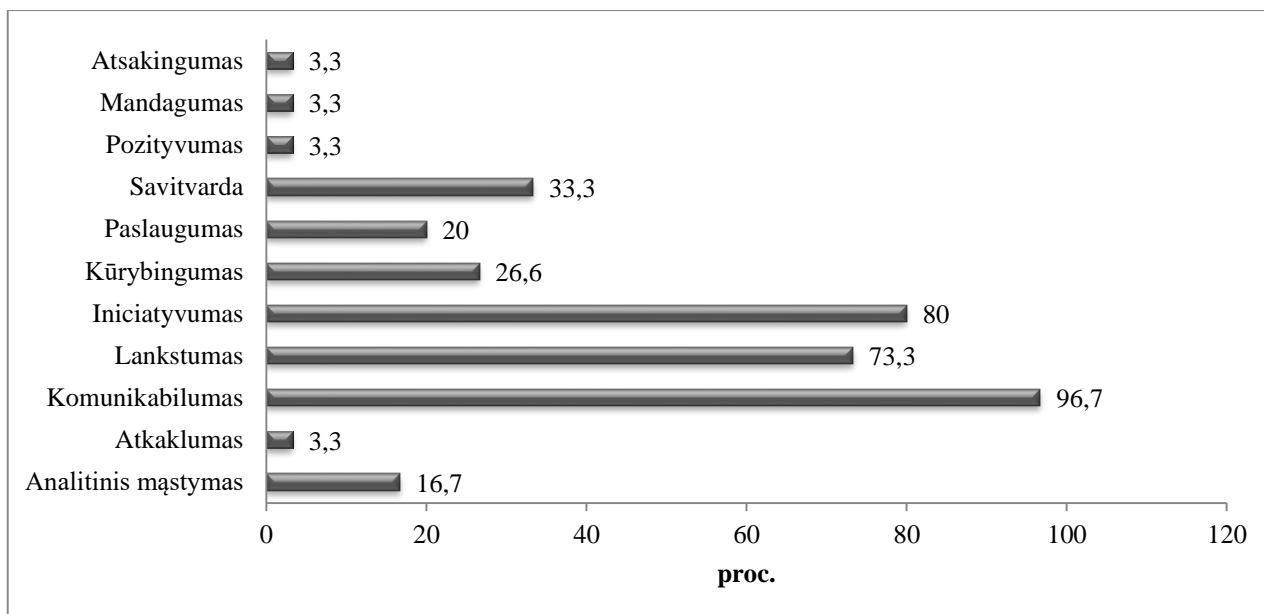
Respondentai teigė, kad dirbant svetingumo ir turizmo srityse labai svarbu, kad visi darbuotojai gebėtų valdyti stresą (86,6 proc.), spręstų konfliktines situacijas (83,3 proc.), efektyviai planuotų laiką (86,7 proc.), gebėtų dirbti komandoje (90,1 proc.) bei mokėtų užsienio kalbas (93,9 proc.). Nustatyta, kad gebėjimas įtikinti (60 proc.), darbo planavimas ir organizavimas (83,4 proc.), gebėjimas parduoti įmonės produktus bei paslaugas (60 proc.), lyderystė (66,7 proc.) yra aktualūs tik tam tikroms pareigybėms. Reikia pažymėti, kad dalis turizmo sektoriaus įmonių apmoko reklamuoti ir parduoti įmonės paslaugas ir produktus bei dirbti specializuotomis kompiuterinėmis programomis (2 pav.).



2 pav. Darbuotojų gebėjimų svarba dirbant turizmo ir svetingumo įmonėse

Respondentai buvo paprašyti pažymėti tris svarbiausias asmenines savybes, kurios reikalingos svetingumo ir turizmo sektoriaus darbuotojams (3 pav.). Nustatyta, kad svarbiausios svetingumo

ir turizmo sektoriaus darbuotojo asmeninės savybės / „minkštosios“ kompetencijos turėtų būti komunikabilumas (96,7 proc.), iniciatyvumas (80 proc.) ir lankstumas (73,3 proc.).



3 pav. Svarbiausios asmeninės savybės, kurios reikalingos svetingumo ir turizmo sektoriaus darbuotojams

Respondentai buvo paprašyti įvertinti teorinių žinių svarbą naujiems darbuotojams (1 lentelė). Dauguma teorinių žinių reikalingos priklausomai nuo užimamų pareigų, tačiau respondentai teigė, kad visiems darbuotojams svarbios marketingo ir pardavimų, psichologijos pagrindų, tarpkultūrinės turizmo aplinkos žinios. Pastebima,

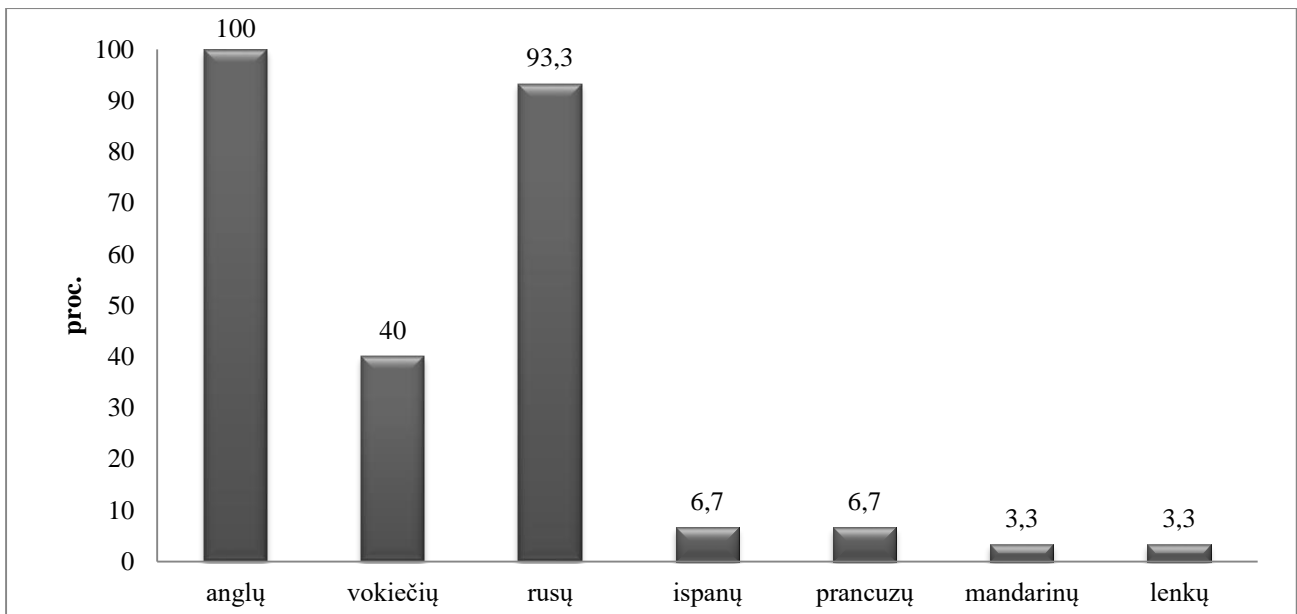
kad finansų valdymo, renginių, transporto organizavimo, pokyčių valdymo įmonės apmoko pačios. Nustatyta, kad svetingumo ir turizmo sektoriaus naujiems darbuotojams mažiausiai aktualios ekskursijų vedimo, maitinimo organizavimo bei ekonomikos žinios.

1 lentelė. Teorinių žinių svarba naujiems darbuotojams svetingumo ir turizmo sektoriuje, proc.

	Svarbu tam tikroms pareigybėms	Svarbu visiems	Apmokome patys	Mažai aktualu	Neaktualu
Turizmo vadyba	46,7	43,3		6,7	3,3
Finansų valdymas	66,6	6,7	13,3	6,7	6,7
Ekonomika	43,3	16,7		26,7	13,3
Teisė	46,6	20,0	6,7	26,7	
Žmogiškųjų išteklių vadyba	46,7	30,0		20,0	3,3
Marketingas / pardavimai	36,6	56,7		6,7	
Rinkos tyrimai	66,7	23,3		6,7	3,3
Projektų valdymas	70,0	16,7		13,3	
Renginių organizavimas	36,8	33,3	13,3	13,3	3,3
Pokyčių valdymas	56,7	26,7	10,0	3,3	3,3
Psichologijos pagrindai	40,0	53,4		3,3	3,3
Ekskursijų vedimas	43,3	16,7		20,0	20,0
Tarpkultūrinė turizmo aplinka	36,7	53,3		6,7	3,3
Maitinimo organizavimas	53,3	16,7	10,0	3,3	16,7
Transporto organizavimas	46,6	20,0	16,7	10,0	6,7

Pagrindinės užsienio kalbos, kurių darbdaviai pageidauja iš svetingumo ir turizmo įmonių darbuotojų, yra anglų (100 proc.), rusų (93,3 proc.),

vokiečių (40 proc.). Mažiau svarbus ispanų, prancūzų kalbų mokėjimas (4 pav.).



4 pav. Pageidautinas užsienio kalbų mokėjimas dirbant svetingumo ir turizmo sektoriuje

Apibendrinant galima teigti, kad svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantys darbuotojai turi pasižymėti įvairiomis kompetencijomis, ir tai priklauso nuo užimamų pareigų, tačiau jiems reikalingas užsienio kalbų mokėjimas, marketingo, psichologijos bei tarpkultūrinio turizmo žinios. Pažymima, kad darbuotojai turi būti iniciatyvūs, komunikabilūs bei lankstūs, tačiau pastebima, kad dažnai darbuotojams trūksta motyvacijos.

Rezultatų aptarimas

Nustatyta, kad svarbiausios svetingumo ir turizmo sektoriaus darbuotojo asmeninės savybės / „minkštosios“ kompetencijos turėtų būti komunikabilumas (96,7 proc.), iniciatyvumas (80 proc.) ir lankstumas (73,3 proc.). Stariff et al. (2014) teigimu, komunikabilumas turizmo ir svetingumo sektoriuje padeda sukurti ir išlaikyti ryšį su klientais, gebėjimas prisitaikyti prie situacijų siejamas su darbuotojo lankstumu. Tai atspindi, kad nepriklausomai nuo to, kokioje šalyje dirbama, turizmo ir svetingumo sektoriuje svarbu gebėti bendrauti, rodyti iniciatyvą ir būti lanksčiam.

Šio tyrimo metu nustatyta, kad „minkštosios“ kompetencijos yra svarbios svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantiems darbuotojams. Sisson ir Adams (2013) nustatė, kad 86 proc. svarbiausių kompetencijų, kurios svarbios viešbučių darbuotojams buvo emocinės-socialinės, t. y. „minkštosios“. Suomijoje atlikti tyrimų rezultatai atskleidžia, kad turizmo sektoriaus darbuotojams svarbu gebėti projektuoti produktus ir paslaugas, aktuali daugiakanalė pardavimo ir rinkodaros komunikacija, bendradarbiavimas ir komunikabilumas sujungiant įvairius kanalus. Pabrėžiama

specialistų daugiasektorio bendradarbiavimo svarba (Renfors, 2017).

Pagrindinės užsienio kalbos, kurių pageidauja, kad mokėtų svetingumo ir turizmo įmonių darbuotojai, yra anglų (100 proc.), rusų (93,3 proc.), vokiečių (40 proc.). Kalbų mokėjimas, dirbant turizmo ir svetingumo sektoriuose akcentuojamas ir kituose tyrimuose (ICARE Foundation, 2018), kaip vienas iš svarbių aspektų siekiant kokybiško klientų aptarnavimo. Kvalifikacijos tyrimo ataskaitoje (2018) taip pat teigiama, kad dirbant svetingumo ir turizmo sektoriuose vien anglų ar rusų kalbų žinių nebepakanka.

Nustatyta, kad svetingumo ir turizmo sektoriaus naujiems darbuotojams mažiausiai aktualios ekskursijų vedimo, maitinimo organizavimo bei ekonomikos žinios. Kvalifikacijų tyrimo ataskaitoje (2018) taip pat pažymimi ir matematiniai būsimų darbuotojų gebėjimai, kurie naudojami dirbant kelionių ar svetingumo produktų paslaugų srityje: skaičiuojant ekskursijų kainas, pritaikant nuolaidas.

Galima teigti, kad svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantiems darbuotojams svarbios įvairios kompetencijos, tačiau tyrimais atskleidžiama, kad dažnu atveju bendrosios kompetencijos darbdaviams yra svarbesnės nei dalykinės.

Išvados

1. Išanalizavus teorinius svetingumo ir turizmo sektoriaus darbuotojų kompetencijų svarbos ypatumus galima teigti, kad darbuotojai turi turėti įvairių kompetencijų, kurios dažniausiai skirstomos į bendrąsias ir dalykines. Gebėjimas naudotis įvairiomis technologijomis, lyderystė, komunikabilumas kartu ir užsienio kalbų

mokėjimas – tai kompetencijos, kurios svarbios siekiant išsivirtinti konkurencingoje svetingumo ir turizmo sektorių aplinkoje.

2. Nustatyta, kad svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantys darbuotojai turi mokėti anglų, rusų bei vokiečių kalbas, pasižymėti kūrybiškumu, iniciatyvumu ir lankstumu. Dirbant turizmo ir svetingumo srityse darbdaviams labai svarbu, kad visi darbuotojai gebėtų valdyti stresą,

spreštų konfliktines situacijas, efektyviai planuotų laiką, gebėtų dirbti komandoje. Gebėjimas įtikinti, darbo planavimas ir organizavimas, gebėjimas parduoti įmonės produktus bei paslaugas, lyderystė yra aktualūs tik tam tikroms pareigybėms. Marketingo, psichologijos ir tarpkultūrinio turizmo žinios svarbios visiems svetingumo ir turizmo sektoriuje dirbantiems darbuotojams.

Literatūra

1. Adeyinka-Ojo, S. (2018). A strategic framework for analysing employability skills deficits in rural hospitality and tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 27, 47–54.
2. Alexakis, G., Jiang, L. (2019). Industry Competencies and the Optimal Hospitality Management Curriculum: An Empirical Study. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 31(4), 210–220.
3. Bharwani, S., Talib, P. (2017). Competencies of hotel general managers: A conceptual framework. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 393–418.
4. Chiang, C.-T. (2020). Developing an eMarketing model for tourism and hospitality: a keyword analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ahead-of-print.
5. Dolasinski, M.J., Reynolds, J. (2019). Hotel leader competencies: Industry practitioner perspectives. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 18(3), 349–367.
6. ICARE Foundation (2018). *Knowledge and Skills Assessment of Hospitality and Tourism Sector in Armenia*. Armenia: Yerevan. [žiūrėta 2020-10-11]. Prieiga per internetą: http://icare.am/wp-content/uploads/2019/10/Knowledge-and-Skills-Assessment-of-Hospitality-and-Tourism-Sector_FINAL.pdf
7. Kandampully, J., Zhang, T., Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56.
8. *Kvalifikacijų tyrimo ataskaita turizmo, sporto, pramogų ir poilsio paslaugų sektoriaus profesinio standarto rengimui*. (2018). [žiūrėta 2020-09-20]. Prieiga per internetą: [https://www.kpmc.lt/kpmc/wp-](https://www.kpmc.lt/kpmc/wp-content/uploads/2015/08/kvalifikaciju-tyrimo-ataskaita-turizmo-sporto-ir-pramogu-PS-final.pdf)
9. Mandabach, K.H., Vanleeuwen, D., Bloomquist, P. (2001) Hospitality Technology Education: Student Successes in Mastering the Hidden Curriculum. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 13(1), 49–56.
10. Navickienė, R., Bučiūnienė, I. (2007). Determination of core competencies in Lithuanian tourism enterprises. *Ekonomika ir vadyba*, 12, 613–618.
11. Oktadiana, H., Chon, K. (2017) Why do we teach what we teach? Perspectives from Asia's hospitality and tourism program directors. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 17(4), 281–299.
12. Patacsi, F.F., Tablatin, Ch.L.S. (2017). Exploring the importance of soft and hard skills as perceived by it internship students and industry: a gap analysis. *Journal of Technology and Science Education*, 7(3), 347–368.
13. Renfors, S. (2017). *Skills needed in international tourism business development* : Study of highed tourism education in Finland. Satakunta University of Applied Sciences.
14. Sisson, L.G., Adams, A.R. (2013). Essential Hospitality Management Competencies: The Importance of Soft Skills. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25(3), 131–145.
15. Stariff, N.M. et al. (2014). Tourism and Hospitality Graduates Competencies: Industry Perceptions and Expectations in the Malaysian Perspectives. *Educational Research International*, 3(3), 42–50.
16. Weber, M.R., Crawford, A., Lee, J., Dennison, D. (2013). An Exploratory Analysis of Soft Skill Competencies Needed for the Hospitality Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 12(4), 313–332.
17. Weerakit, N. Beeton, R.J.S. (2018). Leadership competencies for hospitality management staff in Thailand. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 17(3), 314–339.

THE IMPORTANCE OF EMPLOYEE COMPETENCIES IN THE HOSPITALITY AND TOURISM SECTORS

Summary

The hospitality and tourism market is specific. Guest expectations and competition are continually increasing, the way services are distributed and communicated with consumers is changing rapidly, new service delivery technologies are being applied, organisations are frequently under pressure to reduce costs, and managers and employees need to adapt. Hospitality and tourism organisations need employees with competencies that meet the needs of this business²⁷. In February-May 2020, a survey was conducted to determine the competencies required for employees in the hospitality and tourism sectors. The results of the study may have been influenced by the 2020 global pandemic that has severely affected the hospitality and tourism sectors under analysis. It has been established that employees working in the hospitality and tourism sector should speak English, Russian and German, be creative, enterprising, and flexible. When working in the fields of tourism and hospitality, all employees need to be able to manage stress, resolve conflict situations, plan time effectively, and be able to work in a team. It has been found that the ability to persuade, plan and organise work, sell the company's products and services, leadership skills are relevant only for certain positions. Meanwhile, the knowledge of marketing, psychology and intercultural tourism is essential for all employees working in the hospitality and tourism sector.

Keywords: hospitality, tourism, employee's competencies.

Informacija apie autorius

Jūratė Martinonytė. Kauno kolegijos Verslo fakulteto Turizmo ir laisvalaikio vadybos katedros lektorė. Mokslinių tyrimų kryptys: psichologija, integruotas sportas, sporto vadyba, taikomieji tyrimai.
El.pašto adresas: jurate.martinonyte@go.kauko.lt

Aušrinė Černiauskienė. Kauno kolegijos Verslo fakulteto Turizmo ir laisvalaikio vadybos katedros lektorė. Mokslinių tyrimų kryptys: prekės ženklo marketingas, marketingo strategija.
El.pašto adresas: ausrine.cerniauskiene@go.kauko.lt

dr. Andrius Brusokas. Kauno kolegijos Verslo fakulteto Turizmo ir laisvalaikio vadybos katedros vedėjas, docentas. Mokslinių tyrimų kryptys: sporto vadyba, savaveiksmiškumas sporte, integruotas sportas, savanoriškos veiklos vadyba.
El.pašto adresas: andrius.brusokas@go.kauko.lt