USKLAĐENOST PONUDE VISOKOŠKOLSKIH USTANOVA I KADROVSKIH POTREBA TURISTIČKOG SEKTORA U HRVATSKOJ

Sunara, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:138642

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

USKLAĐENOST PONUDE VISOKOŠKOLSKIH USTANOVA I KADROVSKIH POTREBA TURISTIČKOG SEKTORA U HRVATSKOJ

Mentor:

doc. dr. sc. Ljudevit Pranić

Student:

Marko Sunara

Split, kolovoz, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 2

1.1. Predmet istraživanja i rada 2

1.2. Ciljevi i metode 3

1.3. Sadržaj i struktura rada 3

2. LJUDSKI RESURSI U TURIZMU 4

2.1. Obrazovanje i kadrovski potencijal na tržištu rada u turizmu 5

3. OPĆENITO O HRVATSKOM TURIZMU 7

3.1. Turizam i novi trendovi u turizmu 7

3.2. Turizam u Hrvatskoj 11

3.3. Zaposlenost u hrvatskom turizmu 15

4. RAŠČLAMBA PONUDE I POTRAŽNJE VJEŠTINA ZA TURISTIČKO TRŽIŠTE 17

4.1. Vještine i kompetencije potrebne za rad u turizmu 18

4.2. Kadrovske potrebe turističkog sektora RH 23

4.3. Ponuda visokoškolskih ustanova 27

4.4. Usklađenost obrazovanja i kadrovskih potreba turističkog tržišta 37

5. ZAKLJUČAK 40

LITERATURA 41

PRILOZI 43

SAŽETAK 44

SUMMARY 44

1. UVOD

Danas je turizam jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama te glavni pokretač ekonomskog rasta i razvoja. U Republici Hrvatskoj turizam je vodeća industrijska grana.

Glavni je generator radnih mjesta i najzaslužniji za novčane priljeve od potrošnje posjetitelja čime uvelike potpomaže posrnulu hrvatsku nacionalnu ekonomiju.

Turizam posljednih desetljeća neprestano raste, a ljudski resursi predstavljaju ključne faktore uspješnog poslovanja u turizmu. Upravo su ljudski potencijali, kao nositelji novih znanja, vještina, sposobnosti pa samim time i novih inovacija ključni za opstanak i daljni razvoj turizma.

Sudionici u turzimu RH u posljednje vrijeme sve više i više prepoznaju važnost ulaganja u ljudske resurse te potrebu pružanja izobrazbe koja odgovara potrebama tržišta rada u turzimu.

1.1. Predmet istraživanja i rada

Suvremeni turizam kao masovna društveno-ekonomska pojava ima značajan utjecaj na društveni i gospodarski razvoj, posebno u receptivnim turističkim zemljama kao što je Republika Hrvatska. Unatoč tome što se turizam često ističe kao najvažnija grana hrvatskog gospodarstva, slabo je poznato zadovoljava li sadržaj sveučilišnih studijskih programa u turizmu potrebe poslodavca u turizmu.

Naime, obrazovanje predstavlja djelatnost od posebnog javnog interesa koje je u Republici Hrvatskoj svakomu dostupno, pod jednakim uvjetima i u skladu sa sposobnostima.

Mnoge zemlje uvidjele su važnost usklađivanja obrazovnog sustava na svim razinama s potrebama tržišta rada jer alternativa je preskupa. Održavanje ili razvoj kvalifikacija koje pružaju kompetencije koje su zastarjele ili više nisu potrebne na tržištu rada predstavljaju uzalud potrošeno vrijeme i novac za sve korisnike; za polaznika koji je izgubio vrijeme na stjecanju kompetencija s kojima nije konkurentan na tržištu rada, za poslodavca koji dobiva radnika koji nema kompetencije za rad te za državu koja to sve plaća.

Republika Hrvatska preuzima odgovornost za razvoj i upravljanje obrazovnim sustavom u suradnji s privatnim sektorom te prepoznaje obrazovanje i znanost kao svoje razvojne prioritete koji joj jedini mogu donijeti dugoročnu društvenu stabilnost i ekonomski napredak. Ipak, često se postavlja pitanje o usklađenosti obrazovanja i potreba tržišta rada u turizmu, a upravo u ovom završnom radu biti će riječi o usklađenosti ponude visokoškolskih ustanova i kadrovskih potreba turističkog sektora Republike Hrvatske.

1.2. Ciljevi i metode

Cilj rada je kao što se iz naslova može naslutjeti, uz pružanje uvida u teorijske odrednice turizma i važnost obrazovanja za turistički sektor, analizirati i usporediti ponudu sveučilišnih studijskih programa koji spremaju studente za radu u turizmu i potrebe turističkog tržišta rada u Hrvatskoj. Informacije o korisnosti i važnosti obrazovanja kako u Europi tako i Hrvatskoj, te sve većih kadrovskih potreba na turističkom tržištu dostupne su širokom krugu interesa te sukladno tome postoji dostatan izvor literature. Stručne knjige, časopisi, publikacije te stručni radovi domaćih i stranih autora pokazali su se kao koristan izvor za teoretski dio ovoga rada. Također brojni internetski izvori poslužili su pri izradi rada. Sva korištena literatura nalazi se u dijelu rada predviđenom za to.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Struktura rada obuhvaća šest poglavlja. Uvodni dio rada govori o predmetu istraživanja, ciljevima koji se žele postići pisanjem rada, korištenim metodama te samom sadržaju rada. Nakon uvoda slijede poglavlja o ljudskim resursima u turizmu i njihovoj važnosti na koje se nastavlja poglavlje koje govori općenito o hrvatskom turizmu i zaposlenosti u hrvatskom turizmu. Zatim sljedi poglavlje raščlambe ponude i potražnje vještina za turističko tržište. Ono daje uvik u analizu usklađenosti ponude visokoškolskih ustanova i kadrovskih potreba turističkog sektora Republike Hrvatske na način da se u prva dva potpoglavlja analiziraju potrebne vještine i kadrovske potrebe tržišta rada u turizmu te ponuda visokoškolskih ustanova vezana uz turističko obrazovanje, a zatim se analizira njihova usklađenost te

ograničenja i potencijali za budućnost. Rad završava zaključkom prethodno napisanog koji predstavlja rezultat cjelokupnog rada.

2. LJUDSKI RESURSI U TURIZMU

Ljudski potencijali odnosno resursi (engl. human resources) je pojam čije se osnovno značenje u ekonomiji odnosi na radnu snagu. Ljudski resursi, odnosno njihova znanja, vještine, sposobnosti i kompetencije predstavljaju ključne faktore uspješnog poslovanja i djelovanja svakog poslovnog subjekta. U svjetskom gospodarskom sustavu, svakodnevnu potrebu za obrazovanjem imaju zemlje i to posebice u nacionalnim društvenim sustavima. To je vrlo važno u turističkom gospodarstvu jer se obrazovno djelovanje obrazovnih institucija ne može svesti na kruto i jednostvano određenje kako je to bila dosadašnja praska. Naime, ovdje je riječ o izrazito kompeksnoj i raznovrsnoj djelatnosti koja ovisi o mnoštvu unutrašnjih i vanjskih čimbenika. Obrazovanje se smatra složenom, otvorenom i dinamičnom kategorijom koja u velikoj mjeri utječe na turizam i nju je potrebno neprestano i svakodneno mijenjati, usavršavati i prilagođavati.[1] Statistički podaci pokazuju da je turizam najveća i najbrže rastuća djelatnost u svijetu. Danas u turizmu radi svaki deveti zaposleni čovjek. U razvijenim zemljama znanje predstavlja glavni temelj i razvojni resurs, a njegovu kvalitetu određuju odgoj i obrazovne institucije.

Rast turizma u svijetu stvorio je nove potrebe za visokoobrazovanim i kompetentnim stručnjacima koji se moraju prilagođavati novim trendovima koji se u turizmu neprestano stvaraju. Ljudski kapital pojedinih turističkih poduzeća jedan je od potpornih stupova konkurentnosti destinacije, stoga se stupanj obrazovanja pojedinca uključenog u turizam smatra iznimno važnim. Veliki problemi se mogu pojaviti u situaciji neusklađenosti stupnja obrazovanja s poslom. Ukoliko zaposleni ima viši stupanj obrazovanja nego li određena pozicija zahtjeva, to može rezultirati nezadovoljstvom zaposlenika i u konačnici smanjenjem produktivnosti i loše obavljenim poslom. Također ista situacija se može očekivati i kod nižeg stupnja obrazovanja u odnosu na potrebe radnog mjesta. Zato je izuzetno važno uskladiti

[1] Vizjak, A., Vizjak, M. (2015): Obrazovanje kao uvjet daljnjeg uspješnog razvoja turizma, [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Pages_from_KB_MCPR_30_11_12.pdf

ponudu i potražnju za vještinama i kompetencijama ne samo u turističkoj nego i u ostalim radno intezivnim djelatnostima.

U nastavku rada biti će riječ o obrazovanju i kadrovskom potencijalu na tržištu rada u turizmu Republike Hrvatske.

2.1. Obrazovanje i kadrovski potencijal na tržištu rada u turizmu

Nezaposlenost u današnje vrijeme predstavlja jedan od najvećih problema u Hrvatskoj, što značajno utječe na ekonomski rast i razvoj države te usporava gospodarski napredak. Mnogo je čimbenika koji utječu na nezaposlenost, a jedan od najvažnijih je svakako i obrazovanje. Naime, razina obrazovanja može značajno utjecati na lakoću dobivanja posla i zadržavanje radnog mjesta. Stoga se mnogi mladi koji završe srednju školu susreću s pitanjem treba li nastaviti školovanje, tj. ući u sustav visokog obrazovanja ili krenuti u potragu za poslom. Ukoliko se promatraju statistički podaci nezaposlenih osoba, prema razini obrazovanja u Republici Hrvatskoj, oni pokazuju veći broj nezaposlenih osoba srednje stručne spreme, što proizlazi iz činjenice da većina Hrvata ima završeno srednje obrazovanje iako se taj trend postupno mijenja. Naime, obrazovanje nije samo svakodnevna praska, već se smatra i znanstvenom kategorijom te obuhvaća kategorije poput ekonomije, tehnologije, sociologije, psihologije i slično. Kao što je prethodno naglašeno, u radu se daje naglasak na analizu kadrovskih potreba na turističkom tržištu te njihovu ponudu od strane visokoškolskih obrazovnih insitucija. Glavna posebnost takvog obrazovanja nalazi se u činjenici da je u središtu obrazovnog procesa za potrebe turističkog tržišta čovjek koji pruža uslugu te koji se obvezuje na direktno djelovanje. Također, pravilno usmjerena djelatnost čovjeka odnosno korisnika obrazovnog procesa može imati vrlo značajnu ulogu prilikom obrazovanja i odgoja u odnosu na ponašanje i djelovanje u procesu i izvan radnog procesa kao i svojem slobodnom vremenu.[2]

Također, sve suvremenija tehnologija dovodi do smanjene potražnje za radnom snagom, no traži se sve obrazovanije radnike koji su sposobni svojim zanjem, vještinama i sposobnostima

[2] Vizjak, A., Vizjak, M. (2015): Obrazovanje kao uvjet daljnjeg uspješnog razvoja turizma, [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Pages_from_KB_MCPR_30_11_12.pdf

odgovoriti na brojne inovacije u poslovanju poduzeća kako u drugim djelatnostima tako i u turizmu.

Kako je već navedeno, turizam pretežito čine radno intenzivne djelatnosti. Iz tog razloga smatra se da su potrebni visokokvalificirani djelatnici koji će pružati usluge turistima i o kojima će ovisiti kvaliteta usluga u destinaciji.

Kadrovi u turizmu čine osnovu organizacijskog ustroja i provedbe politike kao i djelovanja svakog turističkog poduzeća. Temeljna ekonomska funkcija turizma jest zaposlenička funkcija. O vrsnoći i kvalificiranosti djelatnika u turizmu ovisi i visina outputa pa se zapošljavanje u turizmu pojavljuje kao stožerna i prijeporna tema.

Naime, obrazovni sustav treba uvažavati stvaranje nove znanosti i tehnologije, te biti prilagođen stvarnim potrebama turističkog gospodarstva. Također, treba slijediti tržišne zakone. Često se napominje da znanje koje je prezentirano kroz obrazovni sustav vrlo brzo zastarjeva, a to se događa čak i kada je ono bilo utemeljeno na aktualnim i modernim obrazovnim programima. Brojna svjetska iskustva govore da suvremeni obrazovni programi često izražavaju velike količine suhoparnih podataka i znanja koje student u velikoj većini nikada u životu neće koristiti.[3]

Znanstvena istraživanja su ukazivala i da veliki broj studenata nije usvojio provedene obrazovne programe na zadovoljavajući način. Obrazovnoj praksi i njezinom usavršavanju i razvijanju nije se pridala potrebna dužna pozornost. Osim toga, primjenjivani nastavni i obrazovni programi, a posebice ispitni kriteriji kao vrhunac obrazovnog sustava kojima se ocjenjuje usvojeno znanje polaznika obrazovnog sustava nisu bili odgovarajući i dopuštali su polaznicima obrazovnog sustava višekratno ponavljanje ispita sve dok ne dobiju prolaznu ocjenu koja u svojoj biti nije garantirala zadovoljavajuću razinu znanja. [4]

Osim naznačenog problema, nedovoljne kvalificiranosti radne snage, paradoks hrvatskog turizma je i starosna dob (45 godina). Starija radna snaga su pretežno žene. Ovaj problem može se objasniti kao posljedica sezonskog zapošljavanja uslijed povećanih potreba za

[3] Vizjak, A., Vizjak, M. (2015): Obrazovanje kao uvjet daljnjeg uspješnog razvoja turizma [Internet]raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Pages_from_KB_MCPR_30_11_12.pdf
[4] Vizjak, A., Vizjak, M. (2015): Obrazovanje kao uvjet daljnjeg uspješnog razvoja turizma [Internet]raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Pages_from_KB_MCPR_30_11_12.pdf

dodatnom radnom snagom. Tada se privremeno u turizmu zapošljavaju svi oni koji trenutačno nemaju posao bez obzira na njihovu stručnost, obrazovanje i dob.[5]

Suprotna situacija se pojavljuje van sezone kada veliki broj kako njih, tako i oni koji imaju sve neophodne kvalifikacije, ostaju bez radnog mjesta, uslijed smanjenja obima posla. Zbog ovakvih promjena na većini turističkih odredišta, teško je zadržati, oformiti i oblikovati zaposlenički kadar.

3. OPĆENITO O HRVATSKOM TURIZMU

3.1. Turizam i novi trendovi u turizmu

Može se reći da postoji toliko definicija turizma koliko ima ljudi koji se njime bave. UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) definira turizam na sljedeći način: „Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga.“ Pod turističkom destinacijom se podrazumijeva geografska cjelina koja raspolaže prirodnim, društvenim, antropogenim, kulturno-povijesnim i prometnim čimbenicima te čimbenicima potrebnim za smještaj, prehranu, zabavu i rekreaciju turista. Ona je jedan od elemenata turističkog sustava, i to onaj koji potiče djelovanje cjelokupnog sustava, privlačenjem turista i motiviranjem njihova dolaska, te povezuje sve njegove dijelove. Turizam je postao popularna aktivnost većine ljudi u razvijenom svijetu, a može se podijeliti na domaći i međunarodni.

Danas je turizam jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama te glavni pokretač ekonomskog rasta i razvoja, a u brojnim odredištima upravo je turizam najvažnija gospodarska grana. Kao najvažnije funkcije turizma u gospodarstvu pojedine zemlje ističu se zapošljavanje, poticanje međunarodne razmjene odnosno tzv. nevidljivog izvoza, uravnoteženje platne bilance, razvoj nedovoljno razvijenih područja te povećanje stope

[5] Vesna, S. O. (2010) Problematika zapošljavanja u ugostiteljstvu i turizmu [Internet] raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/55557

društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka. U strukturalnim analizama i dugoročnim projekcijama turizam se procjenjuje kao jedan od najboljih primjera neprocjenjive važnosti za razvoj svjetskog gospodarstva i ekonomije. U većini zemalja turizam se promatra kao sektor koji pridonosi ukupnom povećanju društvenog bogatstva i stvaranju novih radnih mjesta, posebice kada su tradicionalne industrijske grane u padu. Očekuje se kako će turizam u budućnosti doprinijeti povećanju bruto domaćeg proizvoda u još značajnijoj mjeri. U suvremenom svijetu, turizam se smatra kao snažan kreator radnih mjesta u brojnim djelatnostima i kao najbrži rastući sektora mnogih gospodarstva s obzirom na stvaranje novih radnih mjesta.[6] Također globalno širenje turizma u industrijaliziranim i razvijenim državama proizvelo je ekonomske koristi i stvorilo nove mogućnosti zapošljavanja u mnogim srodnim sektorima - od poljoprivrede do komunikacija.[7]

Vidljivo je da turističke aktivnosti dovode do brojnih pozitivnih posljedica kao što su: rast javnih prihoda, rast dohotka stanovništva, rast prihoda od izvoza te rast poduzetničke aktivnosti u turističkoj destinaciji. Turizam također ima najveći raspon mobilnosti radnika unutar Europe.

Riječ turizam potječe od riječi tour – putovanje, a prva turistička putovanja su nastala u Engleskoj. Generalno bi se moglo reći kako cijelo predkapitalističko razdoblje (do 16. stoljeća) spada u razdoblje razvoja turizma, a razdoblje razvijenog kapitalizma (od 18. stoljeća do danas) predstavlja početak suvremenog i masovnog turizma. Nakon pojave masovnog turizma s vremenom se sve više razvija turizam posebnih interesa koji je danas izrazito zastupljen. Moderni turist zahtjeva iskustvo, novosti, aktivnosti i edukaciju. Turizam je, bilo zbog opasnosti koje je djelom sam proizveo bilo zbog proširivanja ponude i zadovoljavanja turista, proširio svoje djelovanje na neke druge sektore ili ga barem vezao uz njih, pa danas djeluje u kooperaciji s njima. Upravo zbog toga, turističko tržište se sve više klasificira prema zahtjevima turista te nastaju brojni specifični oblici turizma. Suvremeni turizam je korisno opisati i kroz glavne karakteristike modernog turista:[8]

- dinamičan i aktivan potrošač

- individualan

[6] Vidoje V. Bećić E. Crnjar K. (2008) Trends and the need for new professions and forms of education in tourism and hotel management
[7] UNWTO Tourism Highlights 2017
[8] Bonarou, C. (2011): Heritage Tourism and Museum Management. [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/3_HeritageTourism&MuseumManagement%20(1).pdf

- samoorganizacija putovanja ili sveobuhvatna putovanja

-last minute rezervacije putovanja

- sklon događajima, aktivnostima, sudjelovanju, provodu

- diferenciranost i segmentiranost potražnje

- cjenovna osjetljivost (želi vrijednost za uloženo)

- iskusan, informiran i obrazovan turist

- znatiželjan, željan inovativnosti

- zahtjevan i izbirljiv te ekološki svjestan.

Povećana potreba za novim znanjima i vještinama u budućem poslovanju zahtjeva stvaranje određenih trendova i kreira potrebe za brojnim promjenama. Stoga možemo govoriti o novim trendovima koji se stvaraju, kao štu su kulturni turizam, turizam događaja, urbani turizam, poslovni turizam, wellness turizam kao sastavni dio zdravstvenog turizma i mnogim drugim oblicima turizma:[9]

- Turizam i održivost: povećana svijest o utjecaju masovnog turizma na okoliš i okruženje; nova potražnja i interesi za autentičnim, malim i lokalnim iskustvima koji se pružaju na godišnjem odmoru; novi turist koji jede u lokalnim restoranima, koristi se lokalnim vodičima, provodi više vremena s lokalnim stanovništvom, u potrazi za istinitom pričom o destinaciji.
- Turizam i dostupnost: demografski trendovi imaju presudan utjecaj na turističke proizvode i usluge koje se nude; gotovo 40 milijuna ljudi u Europi su osobe s posebnim potrebama. Oni su također turisti pa s komercijalne točke gledišta ove potrošače ne treba zanemariti.
- Turizam i ruralna te kulturna baština: postoji jasno rastuće tržište za netradicionalne turističke destinacije koji pružaju bijeg i odmor od velikih i napučenih gradova.
- Turizam i mir: Turizam je povezan s tolerancijom: kulturna razmjena, porast moderne kulture, uzajamno učenje jedni od drugih, razmjena znanja, poticanje suradnje i prijateljstva.

[9] Jonckers, P.(2005): General trends and skill needs in the tourism sector in Europe. , raspoloživo na: [Internet] http://www.cedefop.europa.eu/files/5161_en.pdf

- Turizam i sport: odmor uz aktivno bavljene sportom sve više dobiva na značenju, to je brzo rastući segment individualnog i grupnog turizma koji ide dalje od Olimpijskih igara.
- Turizam i zdravlje: zdravlje putnika postaje glavni element pouzdanosti turizma, zdrav život i promidžba zdrave ishrane među potrošačima postaju prioritet za turističke tvrtke; turističke tvrtke blisko surađuju s medicinskim stručnjacima; putnici su sve bolje obrazovani o zdravstvenim rizicima na putovanju općenito.
- Turizam i tehnologija: široka upotreba interneta revolucionarizirati će komunikacijsku kulturu i potaknuti elektroničku kulturu; izravno će utjecati na način (samo)organizacije godišnjeg odmora; mobilni telefoni postat će osovna sredstva organizacije putovanja.
- Turizam i priroda: kulturno-povijesna i prirodna baština i industrijsko nasljeđe je tržište u razvoju kao netradicionalni oblik turističke ponude; boravak na otvorenom, iskustvo na vodi, pored voda, na kopnu, foto-ture, šetnje, planinarenje, seoski turizam, lov, ribolov i ostali oblici.
- Turizam i smještaj: smještajni objekti kao što su hoteli, kampovi, apartmani, moraju biti segmentirani, za nespecijalizirane hotelske sadržaje nema vše mjesta na tržištu; već moraju biti specijalizirani na različite načine ponuda i turistički segmenti (odrasli, djeca, sportaši, butik hoteli, hotel baština itd.). Uz smještaj postoji i zahtjev za dodatnim sadržajima poput parkirališta, teretane, garaže, igrališta, bazena, saune i sličnih objekata.
- Zabava i poslovni turizam: posjet gradovima i izvanredanim događanjima kao što su sportski, vjerski, kulturni, politički, znanstveni i oni poput posjeta karnevalima, festivalma, forumima, kongresima, sajmovima.

Svi navedeni trendovi i sociološke promjene odražavaju se na razne turističke proizvode i usluge te kao takve odražavaju se na profesionalne djelatnosti i kvalifikacijsku strukturu zaposlenih.[10] Turizam je još uvijek specifičan sektor pa, stoga zahtijeva i specifična znanja.

[10] Vujic, V,:Obrazovanje i stručno usavršavanje kadrova u hotelijerstvu, HUH, Zagreb 2007.

3.2. Turizam u Hrvatskoj

Hrvatska se svrstava među najpopularnije turističke destinacije na svijetu. Turizam je ogledalo cjelokupne razvijenosti društva te nedvojbeni čimbenik cjelokupnog društvenog i gospodarskog razvoja. Sustavni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj započinje u 19. stoljeću kada je Hrvatska bila u sastavu Austro-Ugarske monarhije i kada se počinju graditi prvi hoteli. Sve značajnije turizam se počinje razvijati 50-tih godina 20. Stoljeća, a 60-tih godina kada, u sklopu bivše Jugoslavije, dolazi do liberalizacije putovanja u inozemstvo te jače orijentacije na komercijalni turizam, Hrvatska postaje jedna od značajnijih konkurentskih destinacija u zemljama Sredozemlja. Najbrži rast turizma na mediteranu pa tako i u Hrvatskoj nastupa nakon drugog svjetskog rata. Pri tome posebnu ulogu ima razvoj zračnog prometa tj. zrakoplova većih kapaciteta koji su emitivnim zemljama približili mediteranske destinacije uz posredničku ulogu turoperatora koji su, nudeći paket putovanja po povoljnim cijenama, učinili dostupnim i pristupačnim mnoge udaljene destinacije.

Turistička djelatnost oduvijek je bila jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske koja doprinosi rastu dohotka stanovništva, rastu javnih prihoda, rastu prihoda od izvoza te rastu poduzetničke aktivnosti, a posljednih godina se uloga turizma sve više ističe te je sama ponuda turističkog sadržaja sve raznovrsnija. Budući da Hrvatska obiluje prirodnim ljepotama i vrijednom kulturno-povijesnom baštinom važno je kontinuiranim radom očuvati i osigurati napredak i konkurentsku prednost, pri čemu uvelike može pomoći kvalitetna ponuda i promocija turizma, ali i stalno unapređivanje kadrovskih potencijala u turizmu.
Nastavak rada će dati uvid u trenutno stanje turističke aktivnosti u Hrvatskoj, s naglaskom na zaposlenosti u turizmu.

U Hrvatskoj turizam predstavlja vrlo značajnu aktivnost koja vrši mnoge ekonomske funkcije i generira značajne ekonomske učinke. Glavni faktor uspjeha u turizmu su ljudski resursi. Zaposlenička funkcija je vrlo vjerojatno najznačajnija funkcija turizma.[11]

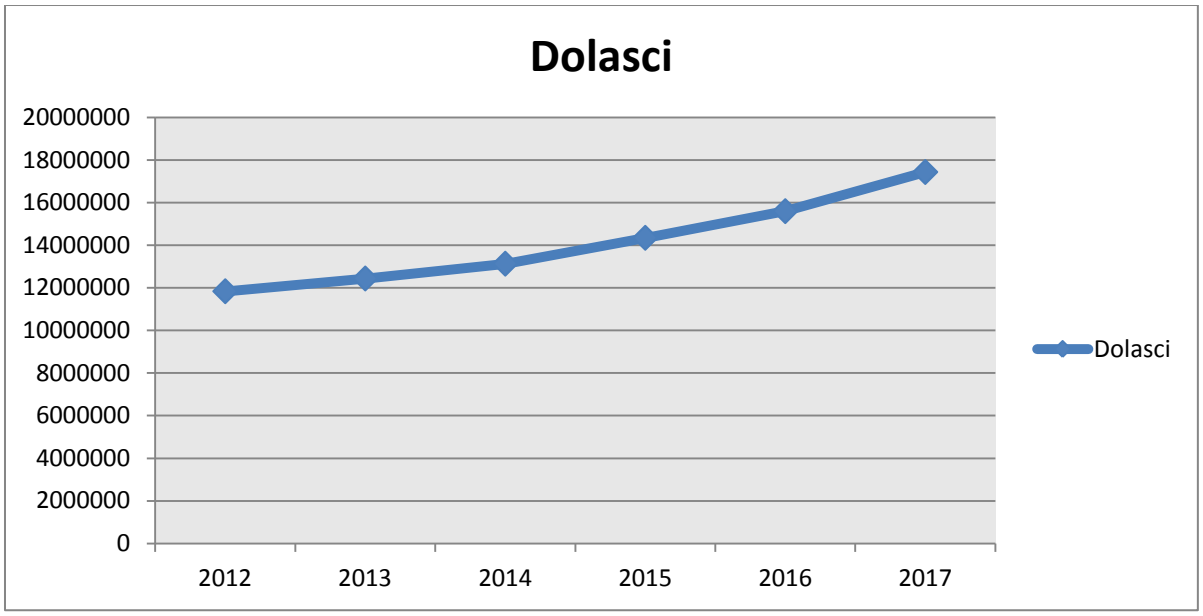
Turizam svakako predstavlja najvažniju gospodarsku granu Republike s udjelom izravnog bruto domaćeg proizvoda turizma u ukupnom BDP-u od 18 posto, no ističu se i druge

[11] Bartulović, M. Budimski,(2010) V.:Obrazovni sustav stručnih kadrova za potrebe turizma u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb

gospodarske grane: poljoprivreda, prehrambena i tekstilna industrija, trgovina te brodogradanja.

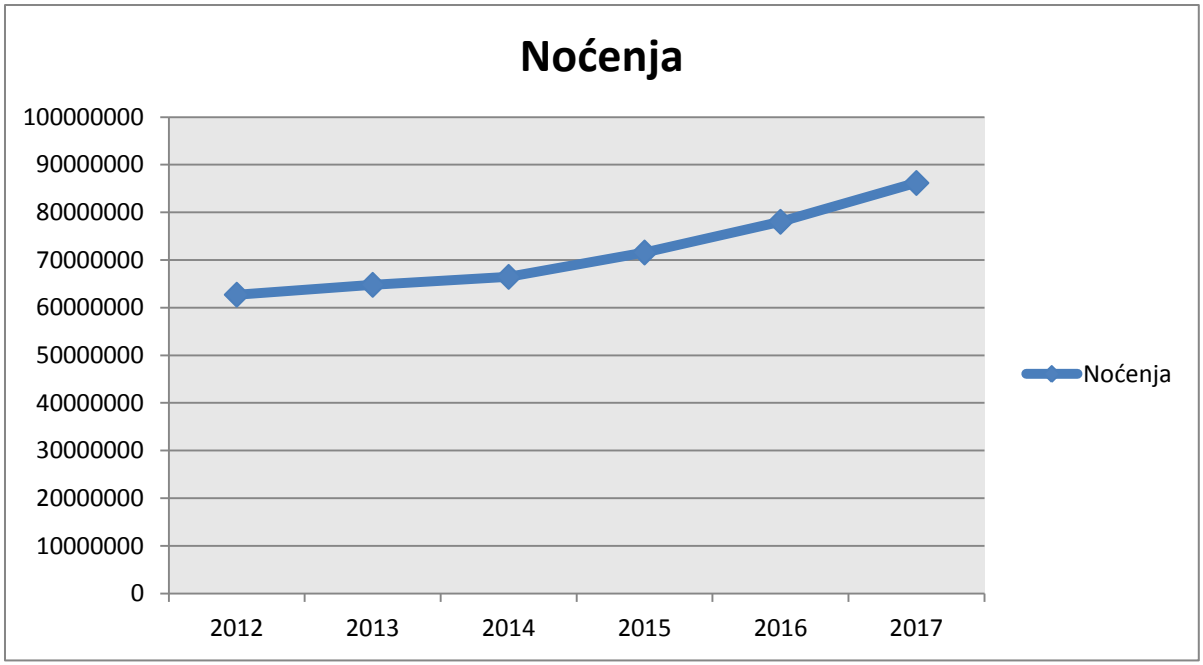
Analiza turizma u Hrvatskoj započeta je brojem dolazaka i noćenja turista.

Ako se promatra trend kretanja broja dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj korisno je vidjeti grafikone 1 i 2 koji prikazuju navedene podatke za razdoblje od 2012. do 2017. godine.



Grafikon 1: Dolasci turista u Hrvatsku od 2012. do 2017. godine

Izvor: prikaz autora prema: Državni zavod za statistiku



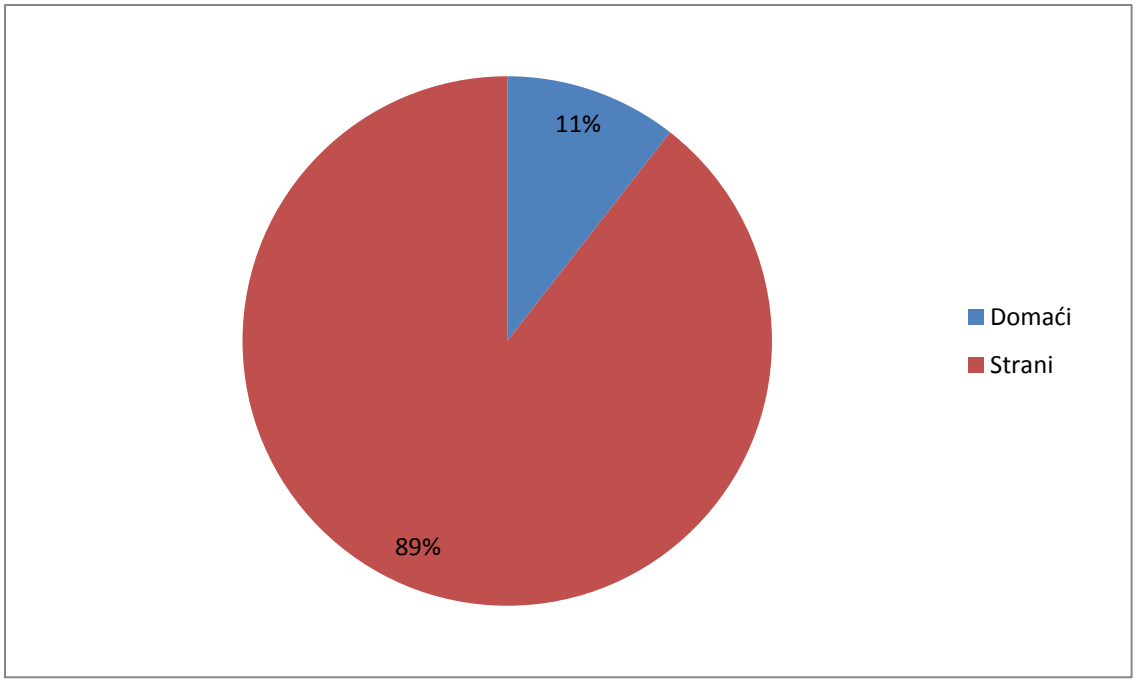
Grafikon 2: Noćenja turista u Hrvatsku od 2012. do 2017. godine

Izvor: prikaz autora prema: Državni zavod za statistiku

Iz prethodnih grafikona uočava se pozitivan trend, odnosno da broj dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj kontinuirano raste iz godine u godinu. Ovakav pokazatelj ne mora nužno značiti dobro za Hrvatsku. Treba analizirati kako se zadovoljava sve veći porast turističke potražnje. Ukoliko se to ne čini iz domaće privrede, već uvozom onda ne dolazi do prelijevanja inozemnog kapitala već taj kapital opet izlazi van hrvatske privrede.

Prema Državnom zavodu za statistiku u 2017. godini Hrvatsku je posjetilo 17,4 milijuna turista koji su ostvarili 86,2 milijuna noćenja.

Iz grafikona 3 može se uočiti da je daleko veći broj stranih nego li domaćih turista i to u omjeru 8 naspram 1 u korist inozemnih turista.

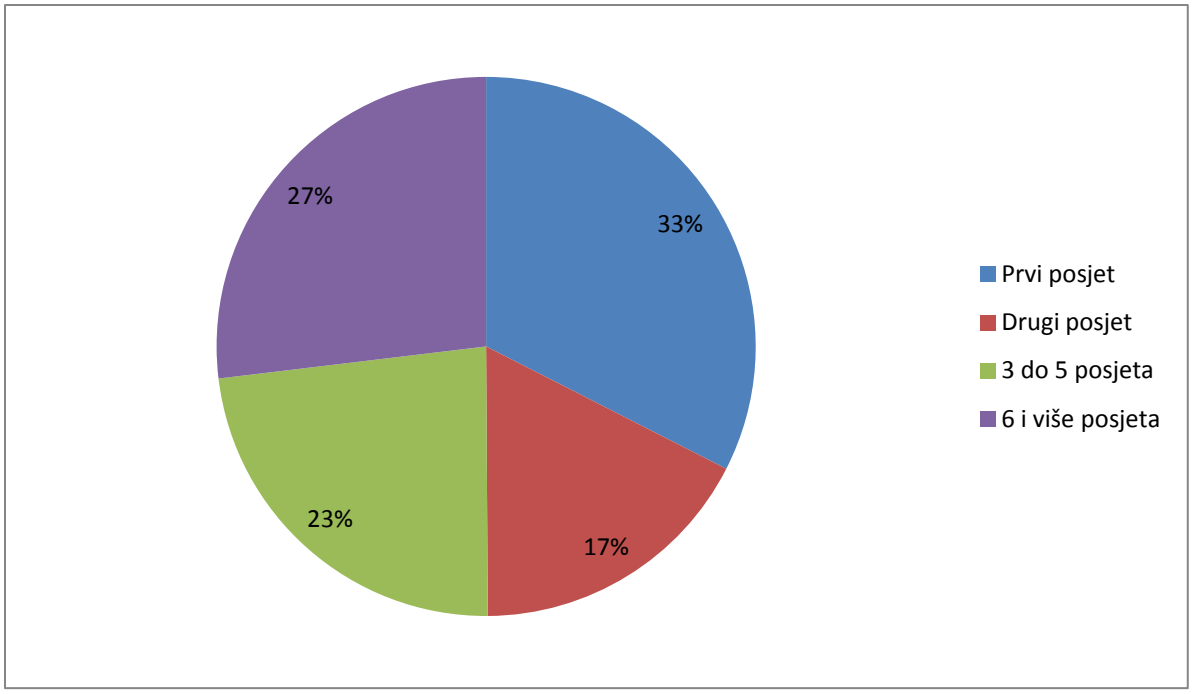


Grafikon 3: Turisti u Hrvatskoj u 2017. godini prema porijeklu

Izvor: prikaz autora prema: Državni zavod za statistiku

Turistička slika Hrvatske temelji se prvenstveno na odmoru, a glavna obilježja hrvatskog turizma su sunce, more i izražena sezonalnost. Ipak, posljednjih godina nastoji se promovirati Hrvatska kao turistička destinacija koja pruža mnogo više od mora i sunca, ističući raznoliku ponudu, prirodne ljepote, kulturne atrakcije, gastronomsku ponudu i sl.

Sljedeći grafikon prikazuje učestalost dolazaka inozemnih turista u Hrvatsku.



Grafikon 4: Učestalost dolaska inozemnih turista u Hrvatsku 2014. do 2017. god.

Izvor: prikaz autora prema: Institut za turizam Tomas istraživanje ljeto 2017

Iz grafikona se može vidjeti iznadprosječan udio gostiju u prvom i drugom posjetu kao i značajan porast udjela novih gostiju što također ukazuje na neprestani rast hrvatskog turizma.

3.3. Zaposlenost u hrvatskom turizmu

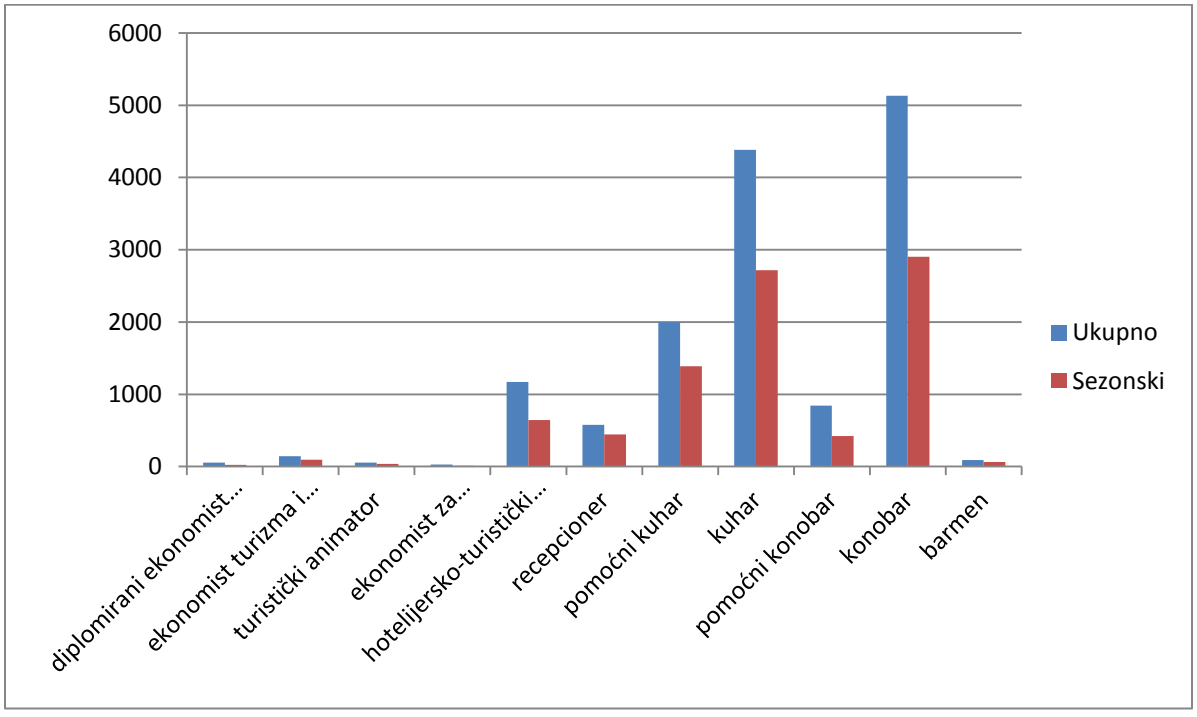
Poznata je činjenica da su ljudi ključni faktor uspješnosti. Stoga je konkurentnost Hrvatskog turizma u velikoj mjeri ovisna o ljudima zaposlenima u toj djelatnosti, te kvaliteti njihova rada.

Turizam se kontinuirano mijenja i pokušava prilagoditi novonastalim zahtjevima turista. Samim time se i ljudski resursi u turizmu putem svoje životne, radne i poslovne filozofije te obrazovanjem i radom, nastoje prilagoditi sve većim zahtjevima korisnika turističkih usluga. Zapošljavanje u turističko-ugostiteljskom sektoru u gotovo svim zemljama pa i u Hrvatskoj obilježeno je sljedećim specifičnostima:

- radi se o velikom udjelu sezonski zaposlene radne snage,

- visok udio ženske i relativno mlade radne snage kao i radne snage niskog stupnja obrazovanja daljnja je karakteristika zapošljavanja u turizmu,
- ovo dijelom objašnjava i relativno visoku pokretljivost radne snage u turizmu i ugostiteljstvu. [12]

Prethodno navedene specifičnosti nisu karakteristične samo za djelatnosti turizma i ugostiteljstva, nego se mogu uočiti i u ostalim djelatnostima u okviru uslužnog sektora s kojim je turizam povezan. Kao otežavajuća okolnost kod formiranja kadrova u turističkoj djelatnosti javlja se sezonski karakter ugostiteljskih organizacija na određenim destinacijama, uslijed čega dolazi do česte promjene zaposlenih. Sezonalnost je pojava karekteristična, kako za brojne gospodarske aktivnosti, tako i za cijele gospodarske sektore.[13] Može se zaključiti da se razina zaposlenosti znatno mijenja u ovisnosti o trajanju turističke sezone (zimska/ljetna), odnosno u ovisnosti o povećanoj potražnji za turističko – ugostiteljskim zanimanjima. U tom slučaju, otežano je izvršiti regrutiranje i selekciju kandidata za određeni posao. Naime, u sezoni, kada je potreba za ljudskim resursima u turizmu povećana, dolazi često i do zapošljavanja ljudi koji nemaju sve neophodne kvalifikacije za rad, primjerice u hotelu visoke kategorije. S druge strane, izvan sezone, veliki broj zaposlenih u turističkoj industriji ostaje bez posla, uslijed smanjenja obima posla što se jasno može vidjeti iz grafikona 5.



[12] Petrić, L. (2006): Osnove turizma - priručnik za nastavu, Ekonomski fakultet Split, Split.
[13] Hylleberg, S. (1992) General introduction, U: Hylleberg S.,Modelling Seasonality, str. 3. – 14., Oxford: Oxford University Press.

Grafikon 5: Zaposleni s evidencije HZZ-a u 2016. godini

Izvor: prikaz autora prema: Hrvatska turistička zajednica - Turizam u brojkama 2016.

Problem sezonalnosti u Rebublici Hrvatskoj se ponajprije ističe u činjenici da je turistički promet znatno veći u ljetnim mjesecima, posebice u srpnju i kolovozu, dok je znatno smanjen u drugim mjesecima. Sezonalnost je uvjetovana čimbenicima poput klimatskih, ekonomskih, socio-demografskih i kulturoloških obilježja, a njeni negativni učinci su sljedeći:

- niža stopa povrata na turističke aktivnosti,
- velike fluktuacije potražnje za radnom snagom,
- opterećenja na fizički okoliš,
- opterećenja na prirodne resurse destinacije.[14]

Za naslutiti je da je takva situacija rezultira u dvjema važnim činjenicama koje karakteriziraju hrvatski turizam: veliki udio sezonske radne snage i neadekvatna i nedostatna stručnost turističkih djelatnika.

4. RAŠČLAMBA PONUDE I POTRAŽNJE VJEŠTINA ZA TURISTIČKO TRŽIŠTE

Ubrzani rast i razvoj turizma i s njim povezanih industrijskih grana rezultirao je i u brzom razvoju turističkog obrazovanja na različitim razinama, uključujući i visokoškolsko obrazovanje. Turistička industrija se često naziva i „ljudska industrija“ što znači da je upravljanje ljudskim resursima presudno u njenom razvoju. Svaka organizacija u turizmu je sastavljena od ljudi, ujedno glavnih faktora njene uspješnosti. Vještine i kompetencije potrebne za rad u turizmu su važne kako za studente, poslodavce, organizacije tako i za obrazovne institucije u turizmu.

Najčešće zapaženi nedostatci na tržištu rada u turizmu su: nedostatak temeljnih znanja i vještina s obzirom na turističke proizvode i usluge, ciljnih područja, marketinga, prodaje, orijentacije prema potrošačima, korištenje elektronskih podataka, i primjene informacijskih

[14] Kožić, I., Krešić D., Boranić – Živoder, S. (2013): Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta. Institut za turizam, Zagreb.

tehnologija. Zaposlenicima također nedostaje i komunikacijskih vještina, osobito onih koje uključuju razvoj ljudskih potencijala i izravne kontakte s potrošačima. Istodobno moraju biti zadovoljene potrebe za specifičnim stručnim znanjima definirane u skladu s kategorijom radnih mjesta. Na razini uprave na prvom mjestu su potrebne stručne vještine i vrsta znanja koje im omogućavaju prilagođavanje na različite organizacijske razine u poslovanju. U pravilu, menadžeri moraju raspolagati vještinama potrebnim za korištenje računovodstva, prava, ekonomije, marketinga, upravljanja ljudskim kapitalom kao i poslovnim i strateškim planiranjem. Očekuje se da menadžeri imaju stručna znanja i sposobnost rada na računalu, razvoj novih i unaprjeđenja postojećih proizvoda, inovacija, upravljanja destinacijom, projektima, rezultatima, te da posjeduju menadžerska znanja o postizanju što boljeg poslovnog rezultata pod utjecajem suvremenih trendova i globalizacije, upravljanja promjenama, znanja i vještina u marketingu i prodaji.[15] Potrebno je obratiti posebnu pozornost na obrazovanje privatnih sudionika u turizmu poput iznajmljivača na malo i drugi sudionika unutar turističke destinacije.

U nastavku rada ćemo dati uvid u najvažnije vještine i kompetencije potrebne za rad u turizmu s naglasom na takozvane meke vještine (eng. Soft skills).

4.1. Vještine i kompetencije potrebne za rad u turizmu

Termin meke vještine koristi se za označavanje svih kompetencija koje nisu izravno povezane s određenim radnim zadatkom; one su nužne na bilo kojoj poziciji jer se uglavnom odnose na rad i suradnju s drugim osobama uključenim u poslovnu organizaciju. Nasuprot mekim vještinama stoje tzv. tvrde vještine(eng. Hard skills). Prema definiciji, tvrde vještine su tehničke vještine koje se moraju naučiti kako bi se obavio određeni zadatak. To je sposobnost korištenja više lijeve logičke strane mozga da nešto učini, a uključuje i stručnost predmeta u određenim profesionalnim vještinama poput matematike, programiranja i inženjerstva. Neosporno je da se tvrde vještine mogu razviti kroz obuku i praksu u tom određenom području. Na primjer, matematičar koji broji mase određene stavke pomoću određene formule je primjer korištenja teških vještina. Nasuprot tome, meke vještine uključuju više korištenje desne strane mozga i više su vezane uz osobni razvoj pojedinaca, primjerice, meke vještine

[15] European Commission, DG Enterprise. Improving training in order to upgrade skills in the tourism industry. Final report of Working Group B. Brussels: European Commission, 2001, str. 26.

odnose se na način komunikacije, mogućnost da istovremeno radite više poslova, kao i da se bez problema uklopite u novu radnu sredinu.[16] Meke vještine se tradicionalno smatraju komplementarnim tvrdim vještina, koje su sposobne izvesti određenu vrstu zadataka ili aktivnosti.[17] Poslodavci na razgovorima za posao sve više procjenjuju "meke" vještine. Na primjer poslodavac će pri razgovoru za posao sigurno usporediti naše tvrde vještine s poslom na koji ciljamo i odlučiti jesmo li dovoljno kvalificirani za taj posao. Međutim još veću poznornost će predati mekim vještinama koje su od vitalne važnosti, na primjer gdje ćemo morati proći intervju gdje te vještine dolaze do izražaja kao što su učinkovita komunikacija, vještine pregovaranja i uvjeravanja, vještine vođenja i slično, kako bismo impresionirali poslodavca da nas zaposli. Treba naglasiti da se te vještine mogu naučiti, odnosno mogu se steći s vremenom i izobrazbom. Važnost razvoja mekih vještina kod studenata bi trebao biti prioritet svakog sveučilišta kako bi osigurali opstanak i napredak svojih studenata u promjenjivoj i turbulentnoj okolini turističkog tržišta i nakon završetka studija.

Prema istraživanju provedenom od strane poslovnog vijeća Australije i Australske gospodarske komore u suradnji s nizom drugih kompanija u području turizma i ugostiteljstva 2013 godine, utvrđene su vještine koje će biti ključne za buduće zapošljavanje ne samo u turističkoj industriji nego i puno šire.
Izdvojilo se osam osnovnih vještina potrebnih za buduće zapošljavanje:

- Komunikacija,
- timski rad,
- rješavanje problema ,
- poduzetništvo,
- planiranje i organiziranje,
- samoupravljanje,
- učenje
- i primjena tehnologije.[18]

Komunikacija u području turizma se odnosi na komunikaciju s kolegama i kupcima kako bi se utvrdili njihove potrebe i zahtjeve, tumačenje verbalnih i pisanih informacija o zahtjevima

[16] Chiu et. al. (2016): Assessing Students' Knowledge and Soft Skills Competency in the Industrial Training Programme: The Employers' Perspective
[17] Cimatti B. (2016): Definition, Development, assessment of soft skills and their role for the quality of organizations and enterprises
[18] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events

kupaca i turističkim proizvodima i uslugama kako bi se osigurala učinkovita isporuka usluga; utvrđivanje i tumačenje preferencija kupaca za proaktivnom i uvjerljivom prodajom; pregovaranje prihvatljivih rješenja za probleme i pritužbe kupaca; tumačenje i pružanje jasnih i točnih informacija korisnicima na kulturno prikladan način kako bi se osiguralo pozitivno turističko iskustvo. [19]

Poduzetništvo u turističkom poslovanju predstavlja identificiranje i predlaganje načina za poboljšanje prodaje, operativne učinkovitosti i učinkovitosti usluge; stvaranje i predlaganje ideja za nove ili poboljšane proizvode.[20]

Pod učenjem se misli na poznavanje vlastitih proizvoda i usluga, snaga i slabosti i vještina u službi, znati prepoznati mogućnosti učenja i sudjelovanja u aktivnostima profesionalnog razvoja turizma; traženje i razmjena informacija s kolegama o novim turističkim trendovima, proizvodima, uslugama i dobavljačima; učenje drugih potrebnim vještinama na radnom mjestu. [21]

Planiranje i organizacija se odnosi na prikupljanje, analiziranje i organiziranje informacija o kupcima i proizvodima za planiranje i isporuku zadovoljavajućih usluga za turističke kupce; prikupljanje i analiziranje informacija kako bi se zadovoljile specifične potrebe kupaca; postavljanje vremenskih rokova, planiranje i organiziranje vlastitog radnog vremena kako bi učinkovito koordinirali turističku prodaju, operativne i uslužne djelatnosti unutar rokova; korištenjem unaprijed utvrđenih politika i procedura za usmjeravanje planiranja i isporuke turističkih proizvoda i usluga.[22]

Rješavanje problema prije svega predstavlja mogćnost za predvidjeti probleme koji mogu nastati s prodajnim, operativnim i uslužnim djelatnostima; ublažavanje tih problema planiranjem prodaje, operativnih i uslužnih djelatnosti; identificiranje i analiziranje opsega problema; preuzimanje odgovornost za rješavanje prodajnih, operativnih i servisnih pitanja i problema; preusmjeravanje velikih problema nadzornicima na visokoj razini i sudjelovanje u

[19] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
[20] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
[21] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
[22] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events

njihovom rješavanju; koristeći diskreciju i prosudbu, kao i unaprijed određene politike i postupke za usmjeravanje rješenja operativnih i servisnih problema.[23]

Samoupravljanje se odnosi na razumijevanje i praćenje pravila i procedura za zakonsku usklađenost; organiziranje vlastitih radnih prioriteta za prodaju, planiranje ili isporuku turističkih proizvoda i usluga; preuzimanje odgovornost za vlastitu ulogu u pružanju usluga klijentu i rješavanju poteškoća; razmišljajući o vlastitoj radnoj efikasnosti i uspješnosti tražeći povratne informacije i smjernice o uspjehu s ciljem što učinkovitijeg zadovoljavanja potreba kupaca.[24]

Timski rad znači raditi kao kvalificirani član tima za postizanje kvalitetnih ciljeva poslovanja u turizmu; preuzimanjem odgovornosti za vlastitu ulogu u zadovoljavanju potreba kupaca; raditi i surađivati kao član tima dajući i primajući upute i dajući povratnu informaciju i pomoć ostalim članovima tima; pružanje smjernica i uputa članovima tima asistenta ili vježbenika; pokazujući društvenu i kulturnu osjetljivost prema članovima tima.[25]

Tehnologija predstavlja razumijevanje operativne sposobnosti odabira i korištenja tehnologija koje pomažu u planiranju i isporuci turističkih proizvoda kao što su računalni sustavi i softver, mikrofoni, vozila, navigacijska oprema i oprema za rekreaciju i zabavu; pravilno korištenje opreme za upravljanje osobnom sigurnošću kao i sigurnošću kupaca na radnom mjestu.[26]

Nadalje, Međunarodna organizacija za održivi razvoj turzima TrainingAid je provela online istraživanje dionika turističke industrije na temu razvoja vještina potrebnih za stručnjake u turizmu. Tijekom istraživanja koje je provedeno u periodu od 25. travnja do 25. svibnja 2016. godine prikupljeno je 105 odgovora, koje su podnijeli sudionici ankete iz 52 zemlje.
Na pitanje poslodavcima i zaposlenima koje su prema njihovom iskustvu najvažnije vještine potrebne za rad u turizmu, odgovori su bili sljedeći:

- odgovorno i održivo poslovanje,
- samoupravljanje i organiziranje,
- informacijsko znanje i digitalni marketing,

[23] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
[24] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
[25] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
[26] Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events

- vođenje,
- poznavnaje stranih jezika,
- rješavanje problema,
- poduzetništvo
- i komunikacija.

Mnogi turistički poslodavci vide nedostatak znanja u područjima održivosti kako za osoblje tako i za menadžerske pozicije. Od ukupno 40 odgovora na kategoriju "Poslodavac" o nedostatku vještina, devet (23%) navelo je područje vještine vezano uz održivost (npr. "Vještine održivosti", "održiva turistička praksa", "stručnost u odgovornim turističkim rješenjima") kao ključno područje stručnih praznina u turističkoj industriji. Mnogi su također komentirali da se ti nedostaci stručnosti trebaju prepoznati ne samo za pozicije zaposlenika (npr. Voditelji recepcije, turističke vodiče) već i na razini uprave.[27]

Na temelju odgovora na pitanje o kategoriji "Zaposlenik", "koje su vještine najvažnije za posao koji trenutno imate (ili položaj koji želite imati?), mnogi turistički stručnjaci i zaposlenici nisu stavili naglasak na vještine vezane uz održivost kao i skupina "Poslodavac". Najveći broj ispitanika smatra najvažnijim tehničke odnosno tvrde vještine i vještine vezane za određeni položaj zaposlenog.[28]

Također i poslodavci i zaposlenici naglasili su važnost mekih vještina, kao što su kritičko razmišljanje, timski rad i suradnja, motivacija i želja za učenjem.

Veliki broj anketiranih ispitanika, posebno onih u kategoriji "Zaposlenik", identificirao je različite "vještine ljudi" uključujući međuljudsku komunikaciju, međukulturno razumijevanje i izgradnju odnosa među najvažnijim vještinama za svoje trenutne (ili željene) buduće poslove i pozicije.

Na temelju svih navedenih prikazanih i prikupljenih podataka dobivamo sljedeću tablicu koja prikazuje potrebne vještine i znanja za rad u turizmu prema strukturi radnih mjesta.

[27] trainingaid- tourism online courses [Internet], raspoloživo na: https://www.trainingaid.org/tourism-skills-and-jobs
[28] trainingaid- tourism online courses [Internet], raspoloživo na: https://www.trainingaid.org/tourism-skills-and-jobs

Tablica 1: Potrebne vještine i kompetencije za rad u turizmu

Menadžeri	Svi zaposleni
- Informacijska znanja i primjena tehnologije - Planiranje i organizacija - Vođenje - Poduzetništvo - Menadžment destinacije - Menadžment ljudskih resursa - Marketing - Edukacija ostalih zaposlenih - Kreativnost	- Tehničke vještine - Odnos s kupcima - Komunikacija - Poznavanje stranog jezika - Primjena informacijskih tehnologija - Sposobnost učenja - Timski rad

Izvor: prikaz autora

Iz tablice uočavamo da do izražaja dolazi važnost mekih vještina na poziciji medadžera dok se na ostalim pozicijama njihova važnost nešto manje ističe u odnosu prema tvrdim vještinama nego li kod pozicije menadžera.

4.2. Kadrovske potrebe turističkog sektora RH

Ključnim djelatnostima za sektorska zanimanja smatramo one koje zapošljavaju najveći broj osoba sa sektorskim zanimanjima u odnosu na ukupan broj zaposlenih u sektoru, a kao ključne djelatnosti u turizmu javljaju se sljedeće: smještaj, putničke agencije, organizatori putovanja i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima, trgovina na veliko, trgovina na malo, djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića, sportske djelatnosti te zabavne i rekreacijske djelatnosti, vodeni prijevoz, djelatnosti članskih organizacija, javna uprava i obrana te djelatnosti zdravstvene zaštite.[29]

Slika u nastavku ukazuje na zaposlenost u prethodno navedenim djelatnostima.

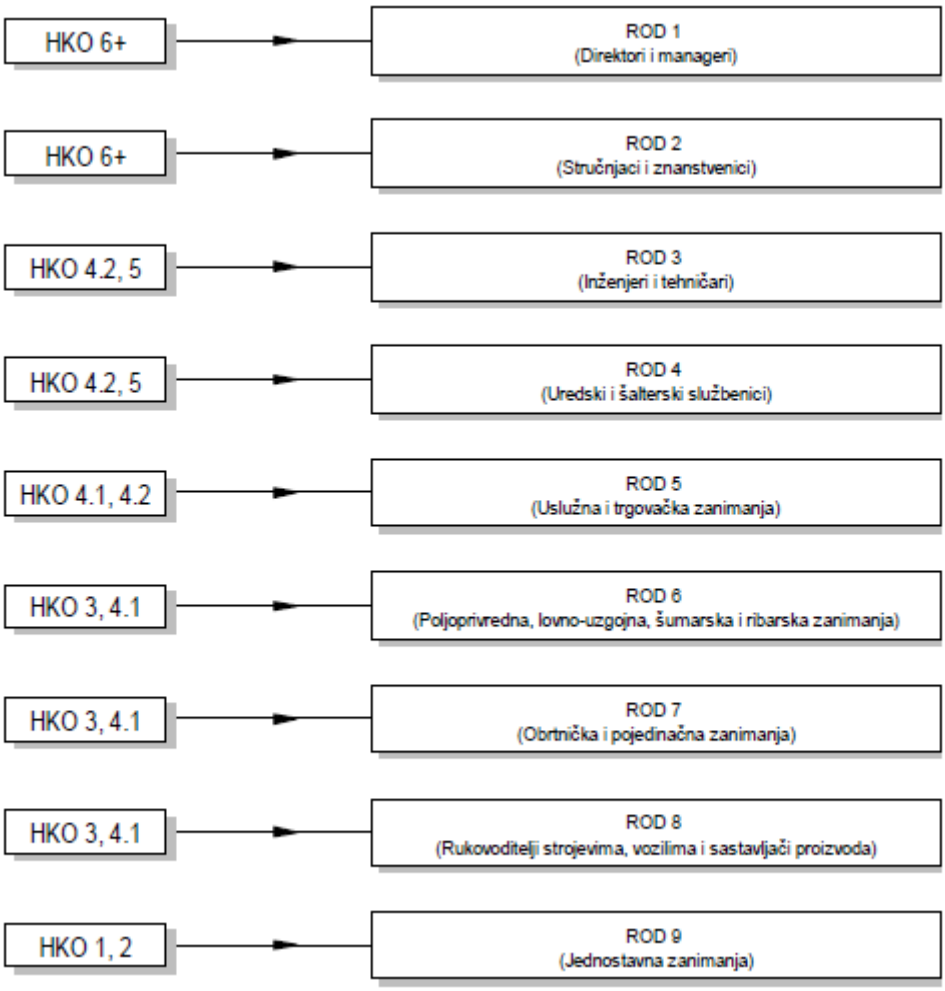
[29] EIZG (2015): Turizam i ugostiteljstvo – profil sektora [Internet], raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180529_cekom_Profil-sektora.pdf

	Udio zaposlenih sa turističkim i hotelijerskim zanimanjima po djelatnostima u ukupnoj zaposlenosti podsektora, %					Udio zaposlenih sa turističkim i hotelijerskim zanimanjima u ukupnoj zaposlenosti po djelatnostima, %				
Djelatnosti (odjeljci NKD2007)	PODSEKTOR UKUPNO	ROD 1	ROD 3,4,5	ROD 6	ROD 9	Ukupno	ROD 1	ROD 3,4,5	ROD 6	ROD 9
55 - Smještaj	43.83	15.77	41.09	44.00	67.75	22.98	14.73	20.47	0.28	41.58
79 - Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperatori) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima	9.21	12.24	8.69	25.07	-	24.49	10.45	33.74	0.00	10.75
46 - Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima	5.49	12.41	4.56	2.05	3.40	1.20	0.17	1.63	0.00	1.60
47 - Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima	4.46	15.28	2.40	1.31	-	0.80	0.17	0.96	0.00	0.72
56 - Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića	3.88	3.84	4.27	3.32	3.57	1.17	0.72	1.04	1.19	2.79
93 - Sportske djelatnosti te zabavne i rekreacijske djelatnosti	2.91	7.94	2.78	-	-	6.92	0.78	11.18	0.00	2.38
50 - Vodeni prijevoz	2.08	2.25	2.34	-	2.04	9.99	2.82	15.94	0.00	27.05
94 - Djelatnosti članskih organizacija	1.83	3.96	2.34	-	-	3.59	17.02	4.75	7.69	0.73
84 - Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	1.70	-	-	4.55	-	0.28	0.06	0.38	0.77	0.95
86 - Djelatnosti zdravstvene zaštite	1.56	-	-	-	2.38	0.42	0.00	0.40	0.00	2.17
OSTALE DJELATNOSTI	23.05	26.32	31.51	19.71	20.87	-	-	-		-

Slika 1: Zaposlenost u ključnim djelatnostima iz podsektora Turizam i hotelijerstvo po rodovima

Izvor (2015): EIZG: Turizam i ugostiteljstvo – profil sektora

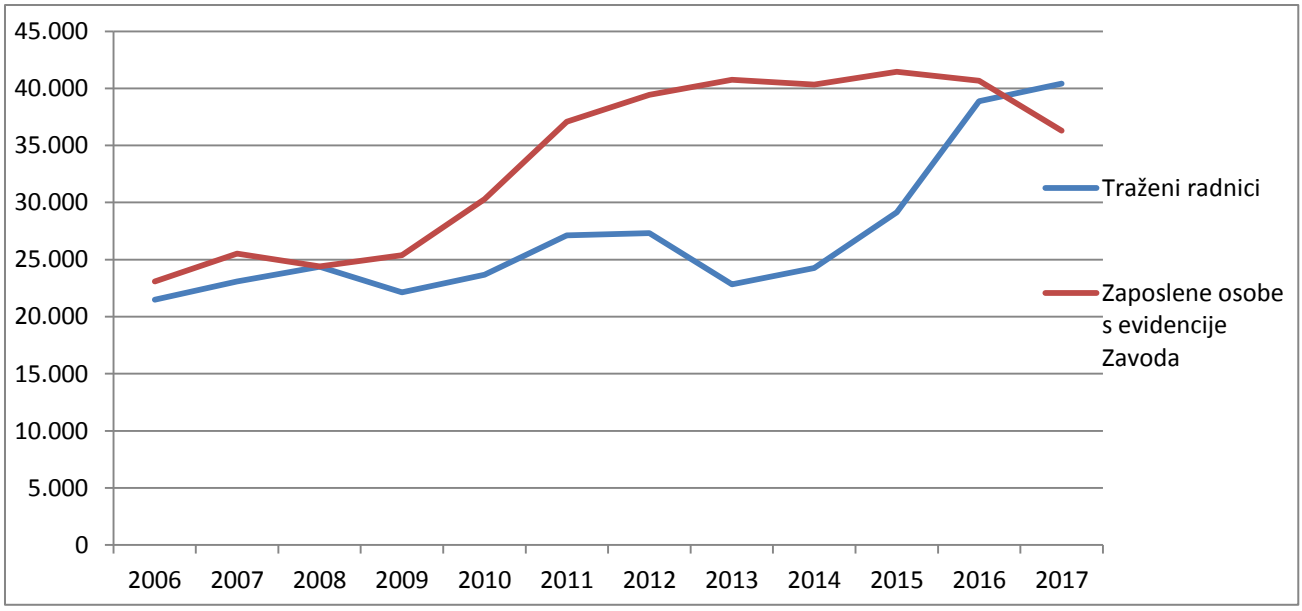
Iz tablice prikazane na slici vidljivo je da je od ukupnog broja ljudi zaposlenih u djelatnostima smještaja 22.98% osoba s turističkim i hotelijerskim zanimanjima. Također, može se uočiti da su zanimanja turizma i hotelijerstva bitna i za djelatnosti putničkih agencija, organizatora putovanja, ostalih rezervacijskih usluga te djelatnosti povezanih s njima (24.49%). Analiza važnosti podsektorskih zanimanja po rodovima daje sličnu sliku. Unutar gotovo svih rodova podsektorska zanimanja bitan su dio zapošljavanja u djelatnostima smještaja i putničkih agencija. Također, turistička i hotelijerska zanimanja bitan su dio i djelatnosti vodenog prijevoza; ukupno oko 10% zaposlenosti djelatnosti otpada na turistička zanimanja, dok primjerice u Rodu 9 (jednostavna zanimanja) čak 27.05% osoba koje rade u djelatnosti vodenog prijevoza su osobe s turističkim zanimanjima. Za jasnije razumijevanje prethodne slike odnosno tablice priložena je slika 2 u kojoj su prikazani rodovi zanimanja.



Slika 2: Rodovi zanimanja

Izvor: EIZG (2015): Turizam i ugostiteljstvo – profil sektora

Sljedeći grafikon prikazuje broj prijava potrebnih za radnicima i zapošljavanje osoba s evidencije zavoda za zapošljavanje od 2006. do 2017. godine na sezonskim poslovima. Može se uočiti da je kroz gotov cijelo promatrano razdoblje broj traženih radnika bio manji od zaposlenih osoba, no pri kraju razdoblja situacija je obrnuta odnosno veći je broj traženih radnika.



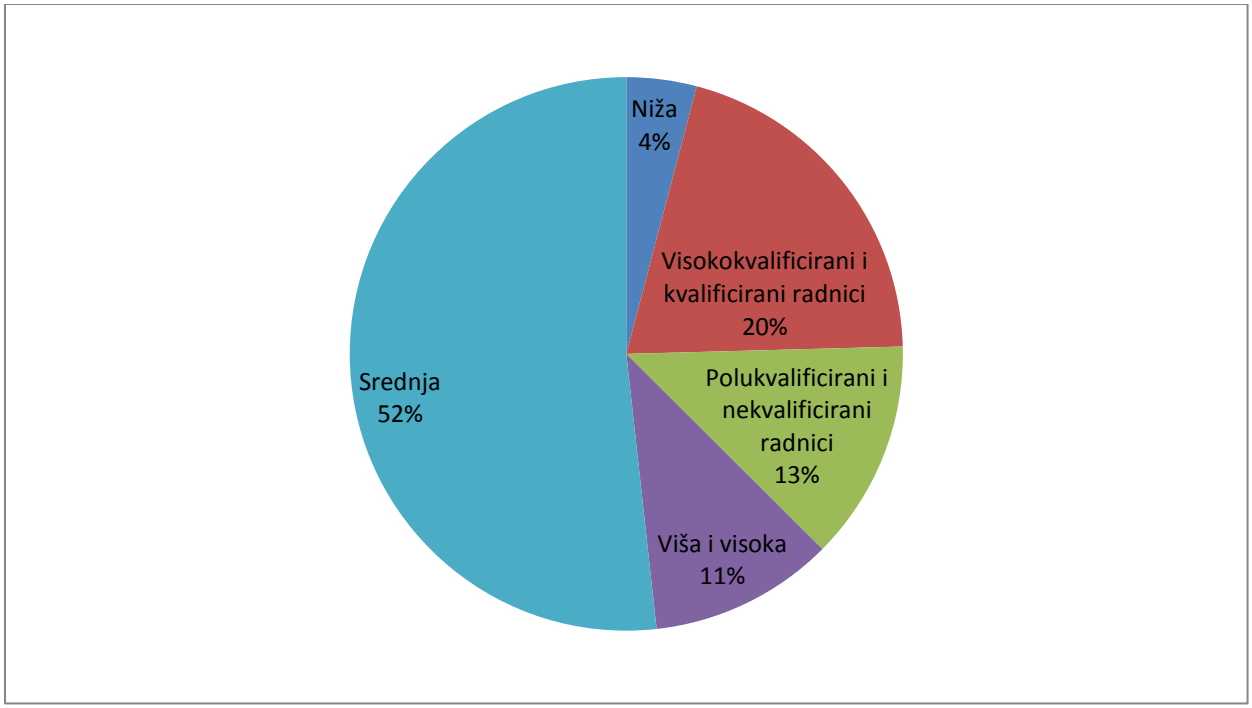
Grafikon 6: Broj prijava potreba za radnicima i zapošljavanje osoba s evidencije Zavoda od 2006. do 2017. godine na sezonskim poslovima

Izvor: prikaz autora prema: http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11179

U prvih pet mjeseci 2018. godine najviše su traženi radnici u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te djelatnosti trgovine na veliko i malo u ukupnom iznosu od 18.828 radnika, i to uglavnom konobara/konobarica, prodavača/prodavačica, čistaća/čistaćica, sobara/sobarica, kuhara/kuharica, kuhinjskih radnika/kuhinjskih radnica, pomoćnih kuhara/kuharica, pomoćnih konobara/konobarica, recepcionara/recepcionarki i dr. U istom razdoblju u 2018. godini u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te trgovini na veliko i na malo zaposleno je 17.208 osoba s evidencije Zavoda i to uglavnom konobara/konobarica, sobara/sobarica, kuhara/kuharica, pomoćnih kuhara/kuharica, prodavača/prodavačica, čistača/čistačica, kuhinjskih radnika/radnica, pomoćnih konobara/konobarica ali i drugih zanimanja. U ostalim djelatnostima na sezonskim poslovima zaposleno je 6.414 osoba, njh najviše u djelatnostima administrativno i pomoćno uslužnoj – 1183, prijevozu i skladištenju – 867, prerađivačkoj – 812, umjetnosti, zabavi i rekreaciji – 772, poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo – 376. Najviše sezonskih radnika po županijama zaposleno je u: Splitsko dalmatinskoj, Dubrovačko – neretvanskoj, Primorsko goranskoj te Šibensko kninskoj županiji.[30]

[30] Hrvatski zavod za zapošljavanje [Internet], raspoloživo na: http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11179

Sljedeći grafikon prikazuje strukturu zaposlenih u pravnim osobama u djelatnostima ugostiteljstva prema stupnju stručne spreme u 2011. godini.



Grafikon 7: Struktura zaposlenih u pravnim osobama u djelatnostima ugostiteljstva prema stupnju stručne spreme u 2011. godini.

Izvor: Državni zavod za statistiku (2011.)

Broj zaposlenih kadrova sa stručnim kvalifikacijama obrnuto je proporcionalan kategoriji smještajnog kapaciteta, tj. što je viša kategorija smještajnog kapaciteta, to je u strukturi zaposlenih manje radne snage ovog profila. Kadrovske potrebe odnosno potrebne vještine za rad u turizmu RH ne razlikuju se uvelike od potrebnih vještina za rad u turizmu drugih zemalja u kojima su provođena navedena istraživanja.

4.3. Ponuda visokoškolskih ustanova

Za usporedbu ponude u RH uzete su četri visokoškolske obrazovne institucije vezane za turistički sektor:

- Ekonomski fakultet u Splitu,
- Visoka škola Aspira,
- Libertas međunarodno sveučilište,
- Veleučilište u Šibeniku.

Navedene ustanove svojim preddiplomskim i diplomskim studijima omogućuju stjecanje znanja iz područja turizma, a njihova ponuda i međusobna usporedba biti će dana u nastavku. Gledajući geografski položaj navedenih visokoškoslkih obrazovnih insitucija u Republici Hrvatskoj u podsektoru Turizam i hotelijerstvo vidljivo je da, očekivano, dominiraju turističke regije: Dalmatinska i Primorska koje nude gotovo sve vrste visokog obrazovanja. Osim turističkih centara, visoko obrazovanje u turizmu i hotelijerstvu prisutno je i u obrazovnom centru–Zagrebačkoj regiji(Libertas visoko sveučilište). Varaždinska i Slavonska regija nemaju toliko široku lepezu obrazovnih programa, primjerice Slavonska regija nema preddiplomski ili stručni studij iz turizma ili hotelijerstva, dok Varaždinska regija također nema preddiplomski, diplomski ili poslijediplomski studij.

Analiza se započinje tablicom u kojoj se navode vrste studija analiziranih ustanova, njihovo trajanje i postojanje stručne prakse.

Promatrajući tablicu 2 vidljive su male razlike u nazivu studijskih programa i njihovom trajanju te akademskom nazivu nakon završetka stručnih programa. Ipak, analizirani studijski programi se dosta razlikuju po stručnoj praksi. Dok na Ekonomskom fakultetu u Splitu, stručna praksa postoji na trećoj godini preddiplomskog studija te drugoj diplomskog studija, i to tek kao izborni predmet, Visoka škola Aspira, Libertas međunarodno sveučilište te Veleučilište u Šibeniku navode stručnu praksu kao obvezni predmet.

Tablica 2: Turistički studiji visokoškolskih ustanova, trajanje, stručna praksa i akademski naziv

USTANOVA **EKONOMSKI FAKULTET SPLIT**	BROJ GOD.	STRUČNA PRAKSA	AKADEMSKI NAZIV
Preddiplomski sveučilišni studij turizam	3	Izborni	Prvostupnik ekonomije

		predmet	
Diplomski sveučilišni studij Turizam i hotelijerstvo	2	Izborni predmet	Magistar ekonomije
VISOKA ŠKOLA ASPIRA			
Preddiplomski stručni studij Međunarodni menadžment u hotelijerstvu i turizmu	3	Obvezni predmet	Stručni prvostupnik međunarodnog menadžmenta u hotelijerstvu i turizmu
LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE			
Preddiplomski stručni studij Turistički i hotelski menadžment	3	Obvezni predmet	Stručni prvostupnik
Diplomski stručni studij Turistički i hotelski menadžment	2	_	Stručni specijalist
VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU			
Preddiplomski stručni studij Menadžment smjer turistički menadžment	3	Obvezni predmet	Stručni prvostupnik ekonomije

Izvor: prikaz autora

Iz navedene tablice vidljivo je da je Ekonomski fakultet u Splitu nešto manje orijentiran praktičnim znanjima te se više vodi teorijskim okvirom pri čemu se kao stečene kompetencije u području turizma navode slijedeće:

- razumijevanje turizma kao specifične djelatnosti,
- sposobnost upravljanja turističkom destinacijom kao makro sustavom,
- razumijevanje specifičnih problema upravljanja hotelom,
- sposobnost primjene specifičnih znanja u području upravljanja hotelom,
- sposobnost višedimenzijskog načina razmišljanja,
- sposobnost kreiranja i formulacije novih ideja u turizmu i hotelijerstvu,
- sposobnost rješavanja problema u upravljanju hotelom,
- sposobnost kreativnog doprinosa razvoju turizma.[31]

[31] Ekonomski fakultet Split, [Internet], raspoloživo na: http://www.efst.unist.hr/studiranje/za-studente/studijski-programi

Tablica 3: Usporedba odrednica stručne prakse analiziranih studijskih programa

USTANOVA	OBILJEŽJA STRUČNE PRAKSE	TRAJANJE STRUČNE PRAKSE
EKONOMSKI FAKULTET SPLIT		
Diplomski sveučilišni studij Turizam i hotelijerstvo	Stručna praksa predstavlja izborni predmet na trećoj godini preddiplomskog studija i drugoj godini diplomskog studija, te nosi 6 ECTS bodova. Stručna praksa je u izravnoj vezi sa studijem/smjerom, te omogućava stjecanje praktičnih vještina i primjenu stečenih teorijskih znanja.Stručna praksa se izvodi u prihvatnoj organizaciji s kojom Ekonomski fakultet u Splitu ima sklopljen ugovor o izvođenju stručne prakse.	Stručna praksa se izvodi u trajanju od 180 radnih sati, od čega je 176 radnih sati (22 radna dana po 8 radnih sati) praksa u prihvatnoj organizaciji, dok su 4 sata predviđena za izradu izvještaja o stručnoj praksi. Alternativno, stručna praksa u prihvatnoj organizaciji može se realizirati kroz veći broj radnih dana (uz manji broj dnevnih radnih sati), ali ukupno treba odraditi 176 radnih sati.
VISOKA ŠKOLA ASPIRA		
Preddiplomski stručni studij Međunarodni menadžment u hotelijerstvu i turizmu	Obavlja se u hotelijerskim, ugostiteljskim i turističkim poduzećima i ustanovama te drugim javnim ili privatnim radnim organizacijama koje se bave djelatnostima sukladnima studijskom programu stručnog studija Međunarodnog menadžmenta u hotelijerstvu i turizmu i uvjet je za pristup završnom ispitu.	Stručna praska se izvodi u vremenskom trajanju od 640 sati tijekom VI. semestra i uvjet je za pristup završnom ispitu.
LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE		
Preddiplomski stručni studij Turistički i hotelski menadžment	Na drugoj godini praksa je standardnog tipa dok je na trećoj specijalizirana, ovisno o modulu koji student pohađa. Time se student ne specijalizira samo na teoretskoj nego i praktičnoj osnovi i priprema za rad u odabranom polju. Praksa se odvija u mnogim turističkim subjektima s kojima Sveučilište Libertas ima razvijenu suradnju, turističkim agencijama, hotelima itd.	Stručna praska se izvodi u vremenskom trajanju od 180 sati na drugoj godini studija(obvezna praska) i trećoj godini studija(praksa kao izborni predmet).

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU		
Preddiplomski stručni studij Menadžment smjer turistički menadžment	Student je sukladno potpisanom Sporazumu o stručnoj suradnji između Veleučilišta u Šibeniku i pravne, obavezan odraditi Stručnu praksu, u odgovarajućem vremenskom razdoblju. Ciljevi stručne prakse su omogućiti studentima dodir sa stvarnim radnim okruženjem.	Student je sukladno potpisanom Sporazumu (ugovoru) o stručnoj suradnji između Veleučilišta u Šibeniku i pravne osobe, obavezan odraditi Stručnu praksu, u odgovarajućem vremenskom razdoblju (ova praksa obavezna je za sve redovne i izvanredne studente). Stručna praska se izvodi u vremenskom trajanju od 80 sati.

Izvor: prikaz autora

Iz prethodne tablice vidljivo je da su odrednice stručne prakse kod svih studijskih programa slične. Ipak, važno je istaknuti da je stručna praksa obvezna kod Preddiplomskog stručnog studija Međunarodni menadžment u hotelijerstvu i turizmu (Aspira), Preddiplomskog stručnog studija Turistički i hotelski menadžment (Libertas) i Preddiplomskog stručnog studija Menadžment smjer turistički menadžment (Veleučilište u Šibeniku). Također vremenski period obavljanja stručne praskse na svim veleučilištima nije jednak. Vidljivo je da stručna praksa najduže traje na Visokoj Školi Aspira (640 sati), a najmanje na Veleučilištu u Šibeniku (80sati). Također valja napomenuti da studenti Veleučišta u Šibeniku koji su zaposleni u tvrtkama koje se bave turizmom i/ili rade na operativnoj ili taktičkoj razini menadžmenta, oslobođeni su obavljanja stručne prakse. Obveza obavljanja stručne prakse svakako doprinosi stečenim kompetencijama te daje mogućnost stjecanja iskustva u turističkom sektoru koje je ključno u stjecanju mekih vještina koje su navedene u radu, a samim time i mogućnost lakšeg zaposlenja u budućnosti. Međutim vidljivi su određeni nedostatci kao što je vremenski period trajanja odnosno obavljanja stručne praske koji bi zasigurno trebao biti duži kao i obveza obavljanja stručne praske koja bi trebala postojati bez iznimke na sve četri visokoškolske ustanove.

Opis studijskih programa naveden je u nastavku.

Tablica 4: Opis studijskih programa

USTANOVA	
EKONOMSKI FAKULTET SPLIT	**OPIS**
Preddiplomski sveučilišni studij turizam	Preddiplomski sveučilišni studij turizam traje tri godine. Završetkom preddiplomskog sveučilišnog studija studentu se izdaje svjedodžba kojom se potvrđuje završetak studija i stjecanje akademskog naziva: Prvostupnik/ prvostupnica ekonomije. Uvjeti za upis studija su završeno četverogodišnje srednjoškolsko obrazovanje i razredbeni ispit.
Diplomski sveučilišni studij Turizam i hotelijerstvo	Studij traje 2 godine. Završetkom diplomskog sveučilišnog studija studentu se izdaje diploma kojom se potvrđuje završetak studija i stjecanje akademskog naziva magistar odnosno magistra ekonomije.
VISOKA ŠKOLA ASPIRA	
Preddiplomski stručni studij Međunarodni menadžment u hotelijerstvu i turizmu	Studij ima za cilj kvalitativno unapređenje stručnjaka uvođenjem novih dodatnih znanja i vještina putem specijalizacije te priprema studente za upravljačke funkcije u ugostiteljstvu, turizmu i hotelijerstvu. Studij se izvodi prema Bolonjskom procesu i traje šest semestara. U petom semestru studenti biraju jedno od tri usmjerenja: Menadžment destinacijskih organizacija i kompanija, Hotelski menadžment ili Gastronomiju. Šesti je semestar posvećen stručnoj praksi.
LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE	
Preddiplomski stručni studij Turistički i hotelski menadžment	Moderan je i atraktivan program, namijenjen svima koji turizam i hotelijerstvo prepoznaju kao rastuću i probitačnu granu hrvatskog gospodarstva. Jedna od glavnih prednosti programa je orijentacija kolegija na praktične sadržaje čemu doprinose nastavnici, poznati hrvatski stručnjaci i gospodarstvenici.
Diplomski stručni studij Turistički i hotelski menadžment	Ovim specijalističkim diplomskim studijem upotpunjava se globalna i lokalna slika okruženja u kojem se odvija turistički promet i razvijaju sektori gospodarstva povezani s turizmom i njegovim razvojem. Studente se osposobljava za obavljanje poslova organizacije, pripreme, planiranja i rukovođenja iz područja turizma i hotelijerstva.
VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU	
Preddiplomski stručni studij Menadžment smjer turistički menadžment	Program studija namijenjen je obrazovanju studenata za stručni rad u menadžmentu na srednjim i višim upravljačkim funkcijama prvenstveno u turističkom sektoru, ali i drugim poslovnim sustavima. Zbog značajnog udjela ekonomskih obrazovnih sadržaja, studenti obrazovani na ovom studiju mogu uspješno obavljati sve poslove za koje su potrebne kompetencije poslovne ekonomije i ekonomske analize te aktivnosti menadžmenta temeljenih na analizi ekonomskih pokazatelja poslovne aktivnosti.

Izvor: prikaz autora

Analizom studijskih programa izvdvojeni su kolegiji koji su zajednički za sve četri visokoškolske ustanove:

- Informacijske tehnologije u turizmu
- Osnove turizma
- Upravljanje marketingom u turizmu
- Poslovni engleski jezik u turizmu
- Marketing
- Menadžment ljudskih resursa
- Menadžment
- Računovodstvo
- Pravo u turizmu i ugostiteljstvu
- Hotelski menadžment
- Organizacija turizma
- Turistička geografija
- Poslovni talijanski jezik u turizmu
- Poslovni njemački jezik u turizmu
- Prodaja i recepcijsko poslovanje
- Menadžment turističke agencije
- Menadžment turističke destinacije
- Kulturno povijesna baština i turizam
- Ekonomika turizma
- Stručna praksa

U analizu su uzeti obvezni i izborni predmeti. Poslovni engleski jezik u turizmu se u sva 4 sveučilišta pojavljuje kao obvezni predmet i ima 4 razine, odnosno svaka razina predstavlja zaseban kolegij. Isto tako poslovni talijanski i njemački jezik u turizmu se pojavljuju kroz 4 razine, međutim njihova obveza polaganja se razlikuje na sva četiri sveučilišta. Npr. na Ekonomskom fakultetu u Splitu samo Poslovni engleski jezik u turizmu predstavlja obvezni predmet dok su ostala dva izborni. Isto tako kao izborni kolegij na pojedinim sveučilištima se nudi i Poslovni španjolski jezik u turizmu. Kao što vidimo ostali kolegiji su bazirani općenito na turizam, informacijske tehnologije u turizmu, poslovanje turistički i putničkih agencija kao i na hotelijersko poslovanje. Isto tako vidi se jaka povezanost ekonomije i turističkog sektora koja se prožima kroz sve četiri visokoškolske ustanove.

Analizom dostupnih studijskih programa odnosno ishoda učenja dobivamo sljedeće dvije tablice za Ekonomski Fakultet u Splitu i Veleučilište u Šibeniku. Prezentirani su ishodi učenja za turističke predmete. Podaci o ishodima učenja za Libertas međunarodno sveučilište i Visoku Školu Aspira nisu dostupni na njhovim službenim internetskim stranicama, također nisu bili ni telefonskim putem dostupni. Međutim predmeti kod sve četiri visokoškolske ustanove su sličnog ili istog naziva što dovodi do zaključka da su i ishodi učenja slični ako ne i potpuno jednaki.

Tablica 5: Ishodi učenja turističkih predmeta

Ekonomski fakultet u Splitu

PREDMET	ISHODI UČENJA
Poslovni engleski jezik u turizmu I, II i III	Pružiti teorijska i praktična znanja koja će omogućiti razvijanje vještina komunikacije vezanih za zapošljavanje, rad turističkih agencija i touroperatora, zračni promet, elemente materijalne i nematerijalne baštine i prezentacije istih, opisivanje trendova uz pomoć interpretacije grafova. Komunicirati u različitim poslovnim situacijama na razini B1-B2 koristeći različite komunikacijske kanale.
Uvod u turizam	Polaznik će kroz ovaj predmet integrirati/povezati brojne teorijske i empirijske spoznaje o pojavnosti , uzorcima i načinu funkcioniranja turizma te će moći uspoređivati razvojne pojave i trendove, razlikovati i komentirati ponuđena rješenja razvojne i marketinške politike te zaključiti o njihovoj efikasnosti.
Organizacija turizma	Analiziranje funkcioniranja sustava organizacije turizma, tijela koja ga sačinjavaju na različitim razinama i njihovih temeljnih zadaća, identificiranje međuovisnosti ovog sustava sa drugim gospodarskim djelatnostima te usporedba sustava organizacije turizma u različitim zemljama.
Ekonomika turizma	Polaznik će kroz ovaj predmet saznati o specifičnosti turizma kao ekonomske pojave, utvrditi njegovo mjesto u sustavu nacionalnih računa, upoznati ulogu i značenje turističke potrošnje u nacionalnom gospodarstvu i savladati metode njenog praćenja i izračuna te upoznati specifičnosti ponašanja turističkog tržišta i tržišnih subjekata na tom tržištu.
Menadžment turističke agencije	Polaznik će kroz ovaj predmet integrirati teorijske i empirijske spoznaje o suvremenim načinima poslovanja posrednika na turističkom tržištu, samostalno planirati poslovne procese te kreirati inovativne proizvode uz podršku informacijskih tehnologija.
Menadžment turističke destinacije	Polaznik će kroz ovaj predmet integrirati/povezati brojne teorijske i empirijske spoznaje o pojavnosti i načinu funkcioniranja i upravljanja turističkom destinacijom kao prostorom na kojem se razvija turizam. Ujedno će upoznati osnovne funkcije procesa integralnog upravljanja te savladati dizajniranje razvojnog plana turističke destinacije.
Informacijske tehnologije za destinacije i Hotelski informacijski sustavi	Razumijevanja funkcioniranja informacijskih sustava u turizmu razvijanje vještina primjena IT tehnologija u destinacijama te analiziranje suvremenih tehnoloških rješenja u kontekstu destinacijskog menadžmenta.
Nautički turizam	Stjecanje potrebnih znanja o nautičkom turizmu, njegovim mogućnostima i ograničenjima za razvoj u Hrvatskoj, njegovom utjecaju na društveni i prirodni okoliš i na gospodarstvo na lokalnoj, regionalnoj i državnoj razini.

Hotelski menadžment	Objasniti karakteristike i posebnosti smještajnog sektora, opisati organizacijsku strukturu i operativno funkcioniranje različitih hotelskih odjeljenja, praktično riješiti poslovne probleme, te demonstrirati učinkovitu poslovnu komunikaciju.
Prodaja i recepcijsko poslovanje	Ustanoviti i analizirati ciljeve, oblike, aktivnosti i postupke hotelske prodaje i recepcijskog poslovanja, identificirati i usvojiti ključna znanja i vještine za njihovo obavljanje.
Upravljanje jedinicama hrane i pića	Pripremiti i osposobiti studente da umiju objasniti karakteristike i posebnosti objekata koji pružaju usluge hrane i pića (HiP), opisati njihovu organizacijsku strukturu i operativno funkcioniranje, praktično riješiti poslovne probleme, te demonstrirati učinkovitu poslovnu komunikaciju.
Kulturno povijesna baština i turizam	Polaznik će kroz ovaj predmet integrirati brojne teorijske i empirijske spoznaje o međuodnosu kulture i turizma te kritički prosuđivati vezu između upravljanja destinacijom i načina korištenja kulturnih resursa na kojima se takav razvoj temelji, valorizirati ponuđena rješenja i preispitati mjere i aktivnosti usmjerene optimizaciji rješenja u području kulturnog turizma.

Izvor: prikaz autora

Tablica 6: Ishodi učenja turističkih predmeta

Veleučilište u Šibeniku

PREDMET	ISHODI UČENJA
Poslovni engleski jezik I, II i III	Student će usvojiti znanje osnova engleskog jezika potrebnog za savladavanje teksta, bilo u čitanju ili pak govorenju. Ponavljanje i utvrđivanje osnovnih gramatičkih vremena, usvajanje stručnog vokabulara vezanog za jezik businessa i međunarodnih, interkulturalnih poslovno ekonomskih tema. Student će moći primijeniti u govoru i pisanju novi vokabular moći točno primijeniti naučene gramatičke strukture, u govoru i pisanju moći prevesti dokumentaciju ili tekst poslovnog karaktera.
Teorija i organizacija turizma	Razumjeti turizam kao posebnu ekonomsku kategoriju, definirati mjesto i obuhvat turizma u strukturi nacionalnog gospodarstva. Odrediti resurse u turizmu, te analizirati prostor kao komponentu razvoja turizma i analizirati prirodne i društvene turističke resurse prema stupnju atraktivnosti. Objasniti nositelje turizma te njihove zadatke u turističkim aktivnostima destinacije. Izraditi portfolio analizu gospodarskih subjekata u djelatnosti ugostiteljstva, hotelijerstva i turizma.
Tehnologija hrane i pića	Definiranje, opisivanje, razlikovanje, analiziranje i argumentiranje specifičnih namirnica, prehrambene energetske vrijednosti istih i njena uporaba u ugostiteljskoj ponudi.

Turističke agencije i turoperatori	Primijeniti stečena znanja i vještine za upravljanje turističkim subjektima, analizi turističkog proizvoda, analizi i osmišljavanju i razvoju turističke destinacije, razumjeti uloge turoperatora u održivom razvoju turističke destinacije, pravilno tumačiti specifičnosti zaštite potrošača u poslovanju turoperatora i specifičnosti suradnje turoperatora i hotelskih poduzeća.
Poslovno komuniciranje	Student će usvojiti znanja, vještine i stavove koji će mu omogućiti razumijevanje i prepoznavanje komunikacijskih procesa i ovladavanje komunikacijskim vještinama.
Menadžment usluga	Studenti nakon polaganja ovog predmeta moći će razumjeti poslovanje i upravljanje uslužnim tvrtkama, razvijati nove usluge, analizirati procese, poznavati dimenzije kvalitete, kreirati shematske prikaze pri izradi zadataka projekt managementa, analizirati i interpretirati poslovne modele.
Menadžment turističke Destinacije	Razumjeti važnost planiranja i upravljanja turističkom destinacijom kao temelja uspješnog razvoja turizma na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini te primjena funkcija planiranja i organiziranja u turističkoj destinciji.
Menadžment ljudskih resursa	Spoznati ulogu upravljanja ljudskim potencijalima u suvremenoj organizaciji. Ovladati znanjima o planiranju ljudskih potencijala, njihovom pribavljanju i metodama i tehnikama profesionalne selekcije te motiviranju i nagrađivanju zaposlenika.
Organizacija hotela i recepcijsko poslovanje	Studenti će nakon odslušanog kolegija znati način klasifikacije hotela, standarde u hotelu po odjelima, vrste hotela s obzirom na vlasništvo, način uspostave organizacijske strukture, znati će opisati glavne poslovne procese različitih odjeljenja u hotelu, znati će formirati cijenu hotelske usluge, napraviti kalkulaciju, izračunati prihode na temelju prognoza, izračunati trošak pripreme hrane na temelju postavljenog menija, procijeniti potreban broj radnika s obzirom na zahtjevnost procesa na dnevnoj bazi u hotelu te će se znati koristiti hotelskim programom Opera fidelio.
Promet u turizmu	Studenti će upoznati strukturu prometnog sustava i sustava turizma, te razlikovati temeljna načela organizacije različitih vidova prometa i turizma uz razumijevanje specifičnosti ekonomije prometnog i turističkog tržišta.

Izvor: prikaz autora

Usporedbom navedenog u tablici dolazimo do zaključka da su ishodi učenja kod sve četiri visokoškolske ustanove slični. Iako se predmeti u nazivu djelomično razlikuju suština ostaje ista. Naravno postoje razlike u vidu predmeta koji su pristuni na pojedinim studijima, a na pojedinim nisu što dovodi i do same razlike u ishodima učenja za te predmete.

4.4. Usklađenost obrazovanja i kadrovskih potreba turističkog tržišta

Na više načina se može opisati usklađenost između obrazovanja i kadrovskih potreba turističkog tržišta u Republici Hrvatskoj. Turizam se očituje u snažnoj potražnji za fleksibilnim i mobilnim osobljem odnosno radnom snagom. Potreba za fleksibilnošću se očituje kroz sve veći pritisak na radno osoblje da posjeduje veći stupanj različitih sposobnosti i kvalifikacija u kombinacija sa specifičnim vještinama koje su povezane s dotičnim radnim mjestom. Takava situacija ima utjecaj na razvoj i nastanak novih oblika znanja, u kojima jedna osoba obavlja više poslovnih zadataka koji zahtjevaju posebniju i različitiju obuku kao i specifične vještine. Republika Hrvatska se nalazi unutar Europe te kadrovske potrebe u turizmu RH se ne razlikuju od kadrovskih potreba drugih turističkih zemalja unutar EU. Niz europskih i međunarodnih institucija je proveo istraživanja na temu vještina i kompetencija potrebnih za rad u turizmu. Rezultati tih istraživanja se mogu primjeniti i na kadrovske potrebe RH.

Ukoliko se promatra istraživanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje[32], korisno je vidjeti sliku 3.

	Ukupno anketirani	Zaposleni, 31.XII.2014.	Koristili edukacije ili usavršavanja			
			Broj poslodavaca	Udio poslodavaca, %	Broj radnika	Udio radnika, %
UKUPNO	**8.969**	**1.269.448**	**4.478**	**49,9**	**259.697**	**20,5**
Sektor vlasništva						
Privatni	6.090	833.218	2.372	38,9	158.401	19,0
Državni ili javni	2.555	423.146	1.913	74,9	97.138	23,0
Ostalo	324	13.084	193	59,6	4.158	31,8
Veličina poslodavaca (privatni sektor)						
Mikro poslodavci - obrtnici	1.787	95.696	434	24,3	16.238	17,0
Mikro poslodavci	1.609	132.403	539	33,5	28.469	21,5
Mali poslodavci	1.613	205.555	696	43,1	30.542	14,9
Srednji poslodavci	855	174.223	527	61,6	23.479	13,5
Veliki poslodavci	226	225.341	176	77,9	59.673	26,5

Sika 3: Educiranje ili usavršavanje radnika anketiranih poslodavaca, prikaz prema sektoru vlasništva i veličini poslodavaca

[32] HZZ: Anketa poslodavaca 2015. [Internet]. Raspoloživo na: http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Anketa_poslodavaca_2015_HZZ.pdf

Izvor: HZZ: Anketa poslodavaca 2015. Raspoloživo na:
http://www.hzz.hr/UserDocsImages/Anketa_poslodavaca_2015_HZZ.pdf

Naime, poslodavce se pitalo jesu li i koji broj radnika dodatno educirali ili usavršavali. Gotovo polovica anketiranih poslodavaca (4.478 ili 49,9% od ukupnog broja) potvrdno je odgovorila kako je u 2014. organizirala edukaciju ili usavršavanje radnika, što je značajno više u odnosu na 2013. godinu kada je samo trećina anketiranih poslodavaca (32,4%) organizirala usavršavanje radnika. Nešto više od petine zaposlenih radnika (259.697 ili 20,5%) prošlo je dodatnu edukaciju ili usavršavanje, što je najčešće slučaj kod poslodavaca ostalih oblika vlasništva (zadruge, udruge, komore i sl.) (4.158 osoba ili 31,8%) te kod velikih poslodavaca u privatnom vlasništvu (ukupno 59.673 radnika ili 26,5% od ukupnog broja zaposlenih kod anketiranih poslodavaca). Obuhvat zaposlenika edukacijama ili usavršavanjem, ako promatramo privatni sektor vlasništva, najmanji je kod srednjih poslodavaca (13,5%) i malih poslodavaca (14,9%). Naravno, ovo sve prethodno navedeno je usko povezano s turističkim sektorom, što je posebno navedeno kod zavoda za zapošljavanje.
U nastavku rada sljedi o ograničenjima i potencijalima visokoškolskog obrazovanja u RH.

Uspoređujući ponudu i potražnju za kadrovskim potrebama na turističkom tržištu dolazimo do do zaključka da postoje brojna ograničenja i potencijali usklađenosti ponude visokoškolskih ustanova i kadrovskih potreba turističkog sektora Republike Hrvatske.

Hrvatsko gospodarstvo već dugo vremena izražava nezadovoljstvo izlaznim kompetencijama osoba koje završavaju programe strukovnog obrazovanja i upozorava na činjenicu da znanja, vještine i kompetencije koje producira obrazovni sustav ne odgovara znanju, vještinama i kompetencijama koje traži tržište rada. U lipnju 2015. Vijeće Europske unije izdalo je Preporuku o nacionalnom programu reformi Hrvatske, u okviru koje je naglašeno da je Hrvatska suočena s teškim izazovima u području obrazovanja u pogledu relevantnosti za tržište rada i kvalitete nastave u svim sektorima obrazovanja. Isto tako, naglašeno je da nije razvijeno učenje kroz rad u strukovnom obrazovanju i osposobljavanju, kao ni u srednjoškolskom i visokom obrazovanju, a prisutna je i niska razina uključenosti poslodavaca.[33]

[33] Vijeće za gospodarska pitanja predsjednice Republike Hrvatske- strukovno obrazovanje i usklađenost s potrebama gospodarstva, Zagreb 2016 [Internet], raspoloživo na:
http://predsjednica.hr/files/Vije%C4%87e%20za%20gospodarska%20pitanja%20PRH%20-%20preporuke.pdf

Analizirajući u radnu navedene potrebne vještine i studijske programe visokih sveučilišta dolazimo do zaključaka da većina obrazovanja na navedenim svečilištima predstavlja teorijski dio. Meke vještine zauzimaju veliku ulogu među potrebnim vještinama za rad u turizmu, a one se najbolje stječu praksom. Iz navedenih studijskih programa vidljivo je da nastava u praksi postoji, ali ne u dovoljnoj mjeri da bi zadovoljila potrebe današnjeg tržišta rada u turizmu. Iako sveučilišta nude mogućnost pohađanja predmeta stručne prakse i više puta tijekom studiranja, ona ne predstavlja obvezu studentima. Mnogi studenti ne prepoznaju važnost stručne prakse na vrijeme što u konačnici rezultira završetkom studija bez stečenih ili s nedovoljno stečenih praktičnih znanja i vještina. Međutim treba naglasiti da se u posljednje vrijeme sve više pozornosti pridaje stjecanju mekih vještina kroz razne radionice i gostujuća predavanja raznih stručnjaka iz područja turzima. Također utječe se sve više i na područje izobrazbe kroz praksu organizacijom edukacijskih postjeta raznim ustanovama i ugostiteljskim objektima poput turističkih zajednica, turističkih agencija, hotela i sl.

Nadalje izuzetni potencijal predstavlja mogućnost obavljanja stručne prakse u inozemstvu.Ulaskom Hrvatske u EU, stručna praksa može se obavljati u inozemnim tvrtkama, ustanovama, organizacijama i ostalim subjektima koji imaju status pravne osobe, u državama članicama EU, EFTA državama (Island, Lihtenštajn i Norveška) te Makedoniji i Turskoj. Što se tiče tvrdih odnosno tehničkih vještina, tu se situacija u velike razlikuje. Naime, svako sveučilište osim teorijskog dijela provodi nastavu i iz praktičnog dijela. Što se prvenstveno ističe kod primjene informacijskih tehnologija u turizmu, a koje su što je vidiljivo iz provedenih istraživanja jedan od važnih elemenata na turističkom tržištu rada. Nadalje, sljedeći važan segment obrazovanja predstavljaju strani jezici. Nailazimo na problem sličan kao i kod kolegija stručna praksa. Kod većine sveučilišta samo engleski jezik predstavlja obvezni kolegij dok su ostali jezici ponuđeni kao izborni kolegij namijenjeni za studente s određenim predznanjem iz tog kolegija, što početnicima uvelike otežava pohađanje kolegija izbornog stranog jezika.

Iz navedenog vidljivo je da postoji nedostatak u stjecanju mekih vještina na koje smo stavili naglasak u radu, dok kod tvrdih imamo obrnutu situaciju. Obrazovni sustav RH zasigurno pokazuje napredak međutim još uvijek nedovoljno da bi u potpunosti zadovoljio kadrovske potrebe turističkog tržišta.

5. ZAKLJUČAK

U ovom radu pokušano je analizirati i usporediti ponudu sveučilišnih studijskih programa visoko obrazovnih institucija u turizmu i potreba turističkog tržišta u Republici Hrvatskoj. Turističke aktivnosti pozitivno utječu na gospodarski rast Hrvatske kroz zapošljavanje, poticanje međunarodne razmjene odnosno tzv. nevidljivog izvoza, uravnoteženje platne bilance, razvoj nedovoljno razvijenih područja te povećanje stope društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka, pa samim time turistička djelatnost predstavlja polazišnu osnovu hrvatskog prosperiteta. Budući da je turizam strateški važan sektor razvoja zemlje, trajno školovanje novog osoblja i napredovanje već zaposlenih za rad u turizmu presudno je za razvoj turizma u narednom razdoblju, a obrazovana radna snaga je ključni čimbenik kvalitete u turizmu. Upravo zbog toga se pokušalo prikazati važnost turizma u razvoju gospodarstva RH kao i važnosti kadrovskih potencijala za njegov razvoj i napredak.

Vještine potrebne za rad u turizmu sastoje se od tehničkih odnosno tvrdih vještina i suprotno njima mekih vještina. Tehničke vještine su vještine koje se odnose na određene teme i obično ih učimo tijekom formalne nastave u predavaonici. To su naprimjer, znanje i sposobnosti potrebni za rješavanje matematičkih, injžinjerskih, znanstvenih ili informatičkih, kompjuterskih kao i drugih sličnih zadataka. Dok su, meke vještine suprotne tvrdima i u bližoj korelaciji s radnim mjestima u turizmu. Termin meke vještine koristi se za označavanje svih kompetencija koje nisu izravno povezane s određenim radnim zadatkom; one su nužne na bilo kojoj poziciji jer se uglavnom odnose na rad i suradnju s drugim osobama uključenim u poslovnu organizaciju.

Nakon provedene analize moguće je zaključiti kako je turizam izrazito radno intenzivna djelatnosti. Ta činjenica uvjetuje potrebu za visokokvalificiranim djelatnicima koji će pružati usluge turistima i o kojima će ovisiti kvaliteta usluga u destinaciji. A jedan od glavnih nedostatak na turističkom tržištu RH je manjak visokokvalificirane radne snage i stručnjaka u području turizma.

Usporedbom studijskih programa visokih sveučilišta i potrebnih vještina i kompetencija da bi stvorili visokokvalificirane radnike turizmu RH dolazimo do zaključka da studijski programi ne odgovaraju u potpunosti zahtjevima turističkog tržišta rada. Ključni nedostatak ističe se u nedostatku mekih vještina na koje smo stavili naglasak u radu, dok kod tvrdih imamo obrnutu situaciju.

Obrazovni sustav RH zasigurno pokazuje napredak međutim još uvijek nedovoljno da bi u potpunosti zadovoljio kadrovske potrebe turističkog tržišta.

LITERATURA

1. Aimao Zhang (2012) Peer Assessment of Soft Skills and Hard Skills, Georgia Southern University, Statesboro, GA, USA [Internet], raspoloživo na: https://www.dropbox.com/sh/fu46ezxb2yy1253/AAAiFP-4ee3z3prXjU4LaMZua/Zhang%20%282012%29.pdf?dl=0
2. Bonarou, C. (2011): Heritage Tourism and Museum Management.[Internet], raspoloživo na:file:///C:/Users/korisnik/Downloads/3_HeritageTourism&MuseumManagement%20(1).pdf
3. Bartulović, M. Budimski,(2010) V.:Obrazovni sustav stručnih kadrova za potrebe turizma u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb,
4. Board of Studies NSW (2013): Employability Skills in Tourism, Travel and Events
5. Državni zavod za statistiku
6. Cimatti B. (2016) Definition, Development, assessment of soft skills and their role for the quality of organizations and enterprises
7. Chiu et. al. (2016) Assessing Students' Knowledge and Soft Skills Competency in the Industrial Training Programme: The Employers' Perspective
8. Ekonomski institut Zagreb (2015): Turizam i ugostiteljstvo – profil sektora [Internet], raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180529_cekom_Profil-sektora.pdf

9. European Commission, DG Enterprise: Improving training in order to upgrade skills in the tourism industry. Final report of Working Group B. Brussels: European Commission, 2001, str. 26.
10. Hylleberg, S. (1992) General introduction, U: Hylleberg S. Modelling Seasonality, str. 3. – 14.,Oxford: Oxford University Press.
11. Hrvatski zavod za zapošljavanje [Internet], raspoloživo na: http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11179
12. Kožić, I., Krešić D., Boranić – Živoder, S. (2013): Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta. Institut za turizam, Zagreb.
13. Jonckers, P.(2005): General trends and skill needs in the tourism sector in Europe. [Internet] raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/5161_en.pdf
14. Petrić, L. (2006): Osnove turizma - priručnik za nastavu, Ekonomski fakultet Split, Split.
15. Vidoje V. Bećić E. Crnjar K. (2008) Trends and the need for new professions and forms of education in tourism and hotel management
16. Vujic, V,:Obrazovanje i stručno usavršavanje kadrova u hotelijerstvu, HUH, Zagreb 2007.
17. Vizjak, A., Vizjak, M. (2015): Obrazovanje kao uvjet daljnjeg uspješnog razvoja turizma, [Internet], raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Pages_from_KB_MCPR_30_11_12.pdf
18. Vesna, S. O. (2010) Problematika zapošljavanja u ugostiteljstvu i turizmu [Internet] raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/55557
19. Vijeće za gospodarska pitanja predsjednice Republike Hrvatske- strukovno obrazovanje i usklađenost s potrebama gospodarstva, Zagreb 2016 [Internet], raspoloživo na: http://predsjednica.hr/files/Vije%C4%87e%20za%20gospodarska%20pitanja%20PRH%20-%20preporuke.pdf
20. Yao-Fen Wang & Chen-Tsang (Simon) Tsai(2014) : Employability of Hospitality Graduates: Studentand Industry Perspectives,[Internet] raspoloživo na https://www.dropbox.com/sh/fu46ezxb2yy1253/AABSf0DMSbIJhZTODZhZMjpca/Wang%20%26%20Tsai%20%282014%29.pdf?dl=0

PRILOZI

Slika 1. Zaposlenost u ključnim djelatnostima iz podsektora Turizam i hotelijerstvo po rodovima.....24

Slika2. Rodovi zanimanja.....25

Sika 3. Educiranje ili usavršavanje radnika anketiranih poslodavaca, prikaz prema sektoru vlasništva i veličini poslodavaca.....37

Tablica 1. Potrebne vještine i kompetencije za rad u turizmu.....23

Tablica 2. Turistički studiji visokoškolskih ustanova, trajanje, stručna praksa i akademski naziv.....28

Tablica 3. Usporedba odrednica stručne prakse analiziranih studijskih programa.....30

Tablica 4. Opis studijskih programa.....31

Tablica 5. Ishodi učenja turističkih predmeta.....33

Tablica 6. Ishodi učenja turističkih predmeta.....35

Grafikon 1. Dolasci turista u Hrvatsku od 2012. do 2017. Godine.....12

Grafikon 2. Noćenja turista u Hrvatsku od 2012. do 2017. Godine.....13

Grafikon 3. Turisti u Hrvatskoj u 2017. godini prema porijeklu.....14

Grafikon 4. Učestalost dolaska inozemnih turista u Hrvatsku 2014. do 2017. god. 15

Grafikon 5. Zaposleni s evidencije HZZ-a u 2016. Godini.....16

Grafikon 6. Broj prijava potreba za radnicima i zapošljavanje osoba s evidencije Zavoda od 2006. do 2017. godine na sezonskim poslovima 26

Grafikon 7. Struktura zaposlenih u pravnim osobama u djelatnostima ugostiteljstva prema stupnju stručne spreme u 2011. godini.....27

SAŽETAK

Suvremeni turizam ima značajan utjecaj na društveni i gospodarski razvoj u Republici Hrvatskoj te se ističe kao vodeća industrijska grana. Ovaj završni rad odnosi se na usklađenost ponude visokoškolskih ustanova i kadrovskih potreba turističkog sektora u Republici Hrvatskoj. Turizam posljednih desetljeća neprestano raste, a ljudski resursi predstavljaju ključne faktore uspješnog poslovanja u turizmu. Vještine potrebne za rad u turizmu sastoje se od tvrdih vještina i suprotno njima mekih vještina. Prema provedenoj analizi može se zaključiti da studijski programi još uvijek ne odgovaraju u potpunosti zahtjevima turističkog tržišta rada. Međutim obrazovni sustav u RH pokazuje napredak te potencijala za daljni razvoj ne nedostaje.

Ključne riječi: turizam, Republika Hrvatska, kadrovske potrebe turističkog sektora, ponuda visokoškolskih ustanova, meke vještine, tvrde vještine

SUMMARY

Modern tourism has a significant influence on the social and economic development in the Republic of Croatia and stands out as the leading industrial branch. This final work is related to the compliance of offers of higher education institutions and staffing needs of the tourism sector in the Republic of Croatia. Tourism in recent decades is steadily growing, and human resources are key factors for successful tourism business. The skills needed to work in tourism consist of hard skills and opposed them are soft skills. According to the conducted analysis it can be concluded that study programs still do not fully meet the demands of the tourism market. However, the educational system in the Republic of Croatia shows the progress and potential for further development is not lacking.

Key words: tourism, Republic of Croatia, staffing needs of the tourism sector, offer of higher education institutions, soft skills, hard skills