

Nove forme rada i radnog angažovanja u oblasti turizma

Istraživanje sprovedeno na Fakultetu za sport i turizam -Tims.

Ivana Mišković

Prof dr Dragica Tomka

U doba postfordizma mnoge vlade širom sveta, i u turizmu, već duže vreme promovišu nove fleksibilne oblike rada. Programi za razvoj preduzetništva, podrška permanentnom celoživotnom obrazovanju, krediti za prelazak na nova radna mesta, programi razvoja kreativnih industrija i drugi, spadaju u široko polje državne intervencije.

Iz ugla radnika, postfordizam donosi nove oblike obučavanja, regrutovanja, selekcije, rada, otpuštanja, te socijalne zaštite.

Svetski trendovi u oblasti radnog angažovanja

Da turistički sektor zbog intenziteta zavisnosti od ljudskog faktora ima drugačiju strukturu od ostalih privrednih grana već je svima dobro poznato, kao i podatak da će do 2020. godine obezbeđivati 9.2% svih radnih mesta u svetu, odnosno da će jedan od 10.9 poslova dolaziti iz ove delatnosti. Međutim, ono što je javnosti možda manje poznato jeste da će do 2050. godine u ekonomski razvijenom svetu u potpunosti nestati pojam „stalno zaposlenog“.

No, to nije razlog da se brinemo za sudbinu svojih potomaka, budući da se pred njima već otvaraju jedna druga vrata iza kojih ih možda čeka i srećnija sudbina od one na koju danas gledaju sa podozrenjem, znajući kako je raditi za drugoga.

Ako se osvrnemo na aktuelne svetske trendove, videćemo da rad postaje sve mobilniji, elastičniji i promenljiviji, uočićemo neke nove modalitete zapošljavanja koji daju prioritet fleksibilnoj radnoj snazi. Prema istraživanjima vršenim u SAD od sredine 80-tih, svaki peti posao u toj zemlji pripada nekoj od novih formi atipičnog rada, gde radnici vode tzv. „freelance - portfolio život“. U ovoj novoj formi zapošljavanja najvažnije je šta znamo da radimo i kako smo to radili do sada, tj. koje smo rezultate postigli, a ne koju, odnosno kakvu, diplomu posedujemo. Ključni aspekt u savremenom konceptu zapošljavanja postaje pitanje ličnih kompetencija.

Preduzeća koja su u svetu giganti na polju menadžmenta talentima, među kojima su vodeće kompanije iz oblasti IT-a, oko sebe izgrađuju krugove saradnika koji se angažuju po principu *outsourcing*-a, u određenom trenutku, sa određenim zadatkom i uz adekvatan honorar, dok se firma oslobađa nepotrebnih „zaliha“ radne snage i troškova. Ovaj trend poznat je i kao „postfordizam“, koji karakteriše prelaz na fleksibilniju organizaciju, raspršene lokacije proizvodnje (po čitavoj zemlji ili čak svetu) i pod-ugovorne odnose sa mnoštvom pojedinaca i manjih kompanija, uz čiji angažman je moguće ponuditi široku lepezu proizvoda namenjenih određenim segmentima tržišta i dati brze odgovore na potrebe potrošača.

Zbog činjenice da moderni turisti nisu pasivni korisnici usluga, već pokazuju interesovanje za aktivnim učešćem u kreiranju sopstvenih doživljaja i tragaju za autentičnim iskustvom, od turističkih radnika očekuje se da „oslušuju“ potrebe tržišta, deluju proaktivno i odgovaraju na zahteve brže nego ikada ranije, vešto koristeći informacione tehnologije i govoreći više stranih

jezika. Turistički radnici moraju poznavati psihologiju potrošača, njihove stilove ponašanja i zakone funkcionisanja procesa putovanja, kao i kreiranja paketa usluga koji će po tipu, obimu, dužini i mestu odgovarati trenutnim potrebama turista. Štaviše, kreiranje i pružanje usluga u turizmu već postaje borba u kojoj se samo kreativnošću i kvalitetom može „savladati” najveća konkurencija, a to su turisti koji samostalno kreiraju svoje putovanje.

(fotos Animacija na Petrovaradinskoj tvrđavi)

Slika 1: Kokreacija, animacija, storyteling – tražene tehnike kreiranja doživljaja u turizmu

Kako bi se pronašao odgovor na pitanje da li postojeći sistem obrazovanja u Srbiji može da odgovori na zahteve kapricioznog postmodernističkog tržišta, na *Fakultetu za sport i turizam - Tims iz Novog Sada* sprovedeno je istraživanje sa zadatkom da se otkrije koji je trenutno dominantan, a koji nedostajući, oblik znanja i veština koje nude studijski programi namenjeni visokom obrazovanju radne snage u turizmu.

„Kreiranje predloga politike zapošljavanja i radnog angažovanja u turizmu i komplementarnim sektorima u Vojvodini“ naziv je još jednog u nizu projekata od nacionalnog značaja podržanog od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj na kom je bilo angažovano devet istraživača sa **Fakulteta za sport i turizam iz Novog Sada**.

Šta nedostaje visokom obrazovanju u turizmu?

Detaljnou analizom sadržaja kurikuluma devet fakulteta i tri visoke škole iz Srbije, identifikovane su, vrste kompetencija za čije sticanje su planirani programi studiranja i izdvojene su ključne kompetencije za uspešno obavljanje poslova u ovoj oblasti. Sa druge strane, iz intervjua sa poslodavcima u turističkom sektoru mapirana su znanja i veštine sa kojima se mladi pojavljuju na tržištu rada.

Iako se stručno-aplikativna znanja, u manjoj ili većoj meri, stiču na svim posmatranim institucijama, poslodavci jednoglasno tvrde da diplomirani stručnjaci za menadžment u turizmu ne vladaju stručnom terminologijom, nisu im poznate osnovne administrativne procedure, a još manje zakonske regulative. Mnogi su istakli da je u velikoj većini slučajeva bilo neophodno dodatno raditi na usavršavanju poslovne komunikacije, ne samo na stranim, već i na maternjem jeziku. Međutim, ono što je takođe jedinstveni stav poslodavaca je da (ne)znanje nije najveći problem koji se javlja kod regrutacije kadrova, već je to volja za radom, motivisanost i želja za učenjem.

„Ja verujem da je svako iz školovanja izašao uskraćen za nešto, možda za neku dozu sigurnosti, možda za neko znanje, možda za neki dodatni strani jezik. Bitno je da radnik ima volju i želju. Onda se sve nauči“. (iskaz jednog od sagovornika)

(fotos2. Radionica na timsu)

Slika 2: Interakcijom i sinergijom profesora, stuenata i stručnjaka iz prakse do primenjivih praktičnih znanja

U praksi se pojavljuje problem kada mlade osobe sa fakultetskom diplomom, ali bez radnog iskustva, želeći odmah po diplomiranju da postanu menadžeri, odbijaju zaposlenje ukoliko im se ponudi niža pozicija (npr. konobar ili sobarica), što nije slučaj kada odu u inostranstvo. Naravno, adekvatna novčana nagrada biva dovoljno jak motiv da se lako pređe preko principa, za čije postojanje često treba kriviti i roditelje. Prema rečima poslodavca iz jednog novosadskog hotela, mladi koji se vraćaju sa *Work& Travel* programa i turističkih brodova pokazuju se kao najkvalitetnija radna snaga koja je prošla odličan „dril“ i sada zna kako pravilno da vrednuje svoje znanje i iskustvo.

Kada su u pitanju obrazovni profili koji su prioritetni kod zapošljavanja u turističkim organizacijama, ističu se turizmolozi, ekonomisti i programeri. Međutim, u agenciji koja sve više prelazi na onlajn poslovanje, ističu da se kreativne osobe koje poseduju informatička znanja, veštinu lepog pisanja, koje su duhovite, kreativne i snalažljive, mogu veoma brzo i lako uključiti u rad, bez obzira da li su studirale turizam ili ne. Pored poznavanja stranih jezika i osnovnih informatičkih znanja, prednost pri zapošljavanju svakako imaju oni koji poznaju rad na sistemima za rezervaciju smeštaja, izdavanje avio karata i rad u *WordPress*-u ili nekom drugom programu za kreiranje veb sajtova. Sve više se traži pisanje blogova, putopisa i marketing na društvenim mrežama. Na pitanje u vezi sa poželjnim karakteristikama osobinama, poslodavci su istakli komunikativnost i spremnost na timski rad, ljubaznost, odgovornost, poštenje, snalažljivost i samoinicijativnost.

Kuda i kako dalje?

Rezultati izneti u ovom tekstu su samo deo jednog u nizu istraživanja koja su pokazala kako je fakultetska diploma samo ulaznica, ali ne i garancija višeg nivoa opšteg obrazovanja i informisanosti, dok su lična inicijativa, rad na sebi i stalna nadogradnja, ono što za mladu osobu može biti ulaznica za uspešnu karijeru.

Činjenica da diploma iz oblasti turizma, barem u Srbiji, gubi na „težini“ i sve manje garantuje zaposlenje u struci, upućuje fakultete na implementaciju inovativnih znanja i metoda nastave. U skladu sa potrebama tržišta rada, oni mogu pružiti priliku svima koji žele da obogate svoj portfolio sticanjem kompetencija (u vidu bodova, sertifikata ili samo znanja) kroz kurseve, radionice, okrugle stolove, terenski rad, programe za podršku preduzetnicima, angažovanje na projektima i slično, i tako daju podršku prelasku na nove oblike (samo)zapošljavanja i *freelancing*. S druge strane, Zakon o turizmu ili druge regulative (ako to već ne radi samo tržište) morale bi uspostaviti obavezu kontinuiranog osavremenjavanja znanja, sticanja sertifikata i licenci koje izdaju ovlašćene institucije, a koja bi morala podrazumevati kako teorijska, tako i praktična znanja i veštine koje turisti od svojih domaćina očekuju.

Kreativni, odgovorni, samostalni i snalažljivi kadrovi sa stečenim inoviranim znanjem su svakako budućnost turizma. U svetu već danas. U Srbiji već sutra!

(rezultati istraživanja sprovedenog 2015.g. na Fakultetu za sport i turizam tims., se u kompletnoj formi mogu naći na linku <http://www.tims.edu.rs/category/projekti/>)