

POTREBE ZA VISOKOOBRAZOVANIM KADROM U HOTELIJERSTVU I TURIZMU U SPLITSKO - DALMATINSKOJ ŽUPANIJU

Primljen: 27.4.2012.
Prihvaćen: 12.6.2012.

UDK 378:640.4+379.8:910.4
Stručni rad

Teo Bratinčević, univ.spec.oec. i Martina Petrović, dipl.oec.
Visoka škola za sportski menadžment ASPIRA
Domovinskog rata 65, 21 000 Split, Hrvatska

Tel: +385(0)21/339-170, Fax: +385(0)21/323-078 E-mail: teo.bratincevic@aspira.hr, martina.petrovic@aspira.hr

SAŽETAK - Ovim radom nastojimo dokazati stalne potrebe za visokoobrazovnim kadrom iz područja hotelijerstva i turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Naime, turizam je u današnjem vremenu izrazito dinamičan sektor koji brzo raste. Njegov makroekonomski utjecaj pridonosi ciljevima rasta i stvaranja novih radnih mjesta. U Splitsko-dalmatinskoj županiji je, nažalost jedini sektor koji je u službi lokalnog i regionalnog razvoja, a u posljednje vrijeme utječe i na regeneraciju sela i ruralni razvoj. Također je važno istaknuti da turizam u svojoj sinergiji sa sportom može potaknuti na unaprjeđivanje infrastrukture te pojavu novih partnerstava za financiranje sportsko-rekreacijskih sadržaja. Naglašava se da u Županiji koja je ovisna i živi od sektora turizma nedostaje visokoškolskih institucija koje školuju kadrove i provode program „praksi-orijentiran“ i baziran je na tzv. primijenjenom biznisu (Applied Business) u području turizma. Takvi programi se u većini europskih zemalja organiziraju odvojeno u odnosu na klasične fakultete i vode stjecanju osnovnih i primijenjenih znanja iz poslovanja i poslovnog upravljanja u hotelijerstvu i turizmu. U radu želimo dokazati da s obzirom na sve navedeno unaprjeđenje rada turističkih organizacija kako u Hrvatskoj, pa tako i na području grada Splita i Splitsko-dalmatinske županije, leži samo i isključivo u obrazovanju i usavršavanju potrebnih visokokvalitetnih stručnih kadrova.

Ključne riječi: Obrazovanje, kadrovi, turizam.

SUMMARY - This paper tries to demonstrate the continuing need for higher education personnel in the field of hospitality and tourism in Split Dalmatian County. In fact, tourism is nowadays a very dynamic sector that is growing rapidly. Its macroeconomic impact contributes to the objectives of growth and job creation in Split Dalmatian County is unfortunately the only sector which serves local and regional development, and lately affects rural regeneration and rural development. It is also important to point out that tourism is in its synergy with the sport can encourage the improvement of infrastructure and the emergence of new partnerships for the financing of sports and recreational facilities. It is emphasized that the county with the addiction and live off the tourism sector, there are no institution that educates staff and implementing the "practice-oriented" and is based on the so-called Applied Business in the field of tourism. Such programs are in most European countries are organized separately in relation to conventional universities lead to the acquisition of basic and applied knowledge of business and business management in the hotel industry and tourism. In this paper we prove that with respect to any specified enhancement of tourism organizations in Croatia as well as the city of Split and Split-Dalmatia County, lies, and only in education and training required of high-quality professional staff.

Keywords: Education, human resources, tourism.

1. UVOD

Živimo u vremenu gdje se svakog trenutka nešto novo otkriva, dolazi se do niza tehnoloških, gospodarskih, političkih i društvenih promjena koje znatno utječu na sve djelatnosti i život općenito, pa tako i hotelijerstvo i turizam. Uspješnost se očituje kod onih hotelskih poduzeća koja ulažu mnogo u ljudske resurse. Jedan od razloga zbog čega pati ekspanzija domaćeg turizma je i zbog nedovoljnog broja i standarda za usavršavanjem zaposlenog osoblja.

Turistički sektor u Splitsko - dalmatinskoj županiji uglavnom pribjegava rješenju kadrovskih pitanja sezonskim zapošljavanjem što je u sukobu sa podizanjem kvalitete turističke ponude o kojoj se godinama govori i kojoj težimo.

S druge strane, turistička je povijest pokazala da je sustavno planiranje jedan od presudnih činitelja razvoja turizma, prilagođenog i potrebama turista i receptivne zajednice, a marketing u turizmu posebna je koncepcija i način upravljanja poslovnim aktivnostima koji omogućava postizanje zadovoljstva turističkog potrošača, ali i ostvarenje prihoda ili drugih ciljeva. No, valja naglasiti da Republika Hrvatska ne koristi dovoljno svoje „obrazovne potencijale“ u stvaranju vlastitog turističkog imidža.

2. HOTELIJERSTVO I TURIZAM U SPLITSKO - DALMATINSKOJ ŽUPANIJU

Mi smo mala turistička županija koja svoju turističku industriju ima zahvaliti sretnom spoju prirodnih ljepota i osebujnih kultura naše obale,

zaleđa i otoka. Naš dosadašnji turizam je bio više vođen snagom prirodnih i kulturnih resursa, a manje snagom inovacija. Mi smo destinacija karakteristične kulture, čistoga plavoga mora, nadahnuća otoka, globalno vrijednih spomenika i snažne duhovne proizvodnje u koju ulažemo dosta energije i strasti. Kao ljudi i kultura, na međunarodnoj smo sceni odavno prepoznati s našom umjetnošću, arhitekturom, sportom, hranom, vinima... Ponosni smo na svoj dalmatinski stil življenja, koji drugi sve više prepoznaju i cijene.

Međutim postavlja se pitanje koliko danas kapitaliziramo naše jedinstvene vrijednosti. Koristimo li mogućnosti ispravno? Je li bogatstvo koje proizvodimo u turizmu u korelaciji s resursima koje trošimo? Ulažemo li dovoljno u obrazovanje turističkih djelatnika kako bi održali, unaprijedili ono što imamo i izgradili budućnost turizma onakvog kakvog mi želimo.

Danas je, na žalost, položaj naše turističke industrije ispod standarda u konkurentnim zemljama. Nemamo atrakcija i proizvoda koji bi omogućili zahvaćanje širih tržišnih segmenata i ozbiljniji rad 6, 9 ili čak svih 12 mjeseci. Već niz godina stagniramo. Hotelijeri rade s niskom profitabilnošću, čime se ograničava prostor za investicije, što je i jedan od glavnih uzroka stagnacije. Prema Svjetskom ekonomskom forumu, glede turističke konkurentnosti, od 139 zemalja, na 34. smo mjestu. Zadržali smo isto mjesto kao u prethodnom izvješću. Čini se, izvrstan rezultat, ali nam je cjenovna konkurentnost sektora putovanja i turizma na 101. mjestu. To je, kažu stručnjaci, odraz poreznog tereta prema kojem smo na 134. mjestu. Podatak da smo prema poreznom opterećenju pri dnu ljestvice govori u kakvim uvjetima hotelijeri posluju, odnosno zašto se prodaju hoteli. Vrlo smo dobro pozicionirani gledajući iz pozicije gosta, ali loše s pozicije investitora, odnosno poslodavaca u hotelijerstvu.

Naš osnovni proizvod je sun&beach, što je motivacija za 75 posto turista. U odnosu na 2007., u 2010. smo, primjerice, zabilježili porast pasivnog odmora s 62 na 75 posto, dok je trend na tržištu Europe obrnut. Unutar četiri godine naši gosti postali su pasivniji, okreću se uslugama koje se ne naplaćuju i pada sudjelovanje u gotovo svim aktivnostima. Dnevna potrošnja po osobi je 58 eura, za četiri godine je porasla 4,5 posto, a to je manje nego što su rasli inflacija i ostali troškovi. Stoga je upitno koliko s ovakvim modelom imamo stvarnog prostora za rast.

Dakle, za Republiku Hrvatsku je neupitna golema važnost turizma, posebice zbog njegova nezamjenjiva doprinosa ostvarenju deviznih prihoda i uravnoteženju platne bilance i održavanju vanjske likvidnosti zemlje, kao i zbog njegova značajnog izravnog i neizravnog doprinosa ukupnoj aktivnosti hrvatskog gospodarstva iz čega rezultira oko 10% vrijednosti društvenog bruto proizvoda zemlje i približno isto toliki udio u ukupnoj zaposlenosti. Pilot projekt Državnog zavoda za statistiku (DZS-a) i

World Tourism Travel Council-a (WTTC-a) kojim je po prvi put mjeren izravni i neizravni učinak turističke potrošnje turista u Hrvatskoj pokazao je da djelatnost turizma generira oko 7,3 mlrd. USD.

Europska unija danas određuje sve privredne grane, pa tako i turizam. Europska unija je zajednica zemalja u kojoj vrijede određena pravila i standardi o turizmu kako bi se mogao razvijati u skladu sa željama suvremene turističke potražnje, koji danas definiraju nove oblike ponude i nove trendove u upravljanju turizmom. Hrvatska iako još nije članica Europske unije, zemlja je s velikim turističkim mogućnostima kojoj je cilj približiti se turističkom djelovanju koje je prisutno u zemljama Europske unije.

Dakle, da bi se hrvatska turistička ponuda što prije integrirala u europsku turističku ponudu, nameće se nužnost sagledavanja i primjene iskustava, rješenja i standarda turistički razvijenih zemlja Europe, a sve u cilju premošćivanja jaza između šarolikosti ponude visokorazvijenih zemlja i siromaštva vlastite ponude. Što se tiče preduvjeta za suradnju s EU u oblasti turizma, prvenstveno su to prirodni resursi kojima Hrvatska raspolaže. Hrvatska posjeduje velike neizgrađene i neurbanizirane prostore, koji joj omogućavaju da znatno razvije svoju turističku ponudu i smještajne kapacitete, a upravo zato je potrebno sustavno obrazovati i osposobljavati ljude.

Uz sve konkurentske prednosti koje Republika Hrvatska i Splitsko - dalmatinska županija imaju u turističkom sektoru nameće se pitanje, što nedostaje? Odgovor definitivno treba tražiti u problemu upravljenja kapacitetima i resursima što je uvijek rezultat nedostatak stručnog i obrazovanog kadra.

3. OBRAZOVANJE U HOTELIJERSTVU I TURIZMU U SPLITSKO - DALMATINSKOJ ŽUPANIJU

Ako govorimo o problemu upravljanja u turizmu u Splitsko - dalmatinskoj županiji, veliki broj turističkih djelatnika radi bez adekvatnog obrazovanja što nikako ne doprinosi podizanju kvalitete usluga. Posebnu ulogu u razvoju hotelijerstva i turizma te podizanju njihove kvalitete upravo imaju menadžerski kadrovi koji su posebno nedostatni, a upravo o njima ovisi razvoj i podizanje kvalitete hotelijerstva i turizma kao važnijih grana hrvatskog gospodarstva.

Danas svugdje u suvremenom svijetu obrazovanje za potrebe turizma postaje multidisciplinarno. Manjkavost takvih programa jedna je od boljki obrazovanja kadrova za potrebe hotelijerstva i turizma u Hrvatskoj, osobito u Splitsko - dalmatinskoj županiji pa je stoga svaki novi obrazovni programski sadržaj dobitak, kako za buduće kadrove u hotelijerstvu i turizmu, tako i za hrvatski obrazovni sustav.

U Županiji koja je ovisna i živi od sektora turizma nedostaje visokoškolskih institucija koje

školuju kadrove i provode program „praksi-orijentiran“ i baziran je na tzv. primijenjenom biznisu (Applied Business) u području turizma. Takvi programi se u većini europskih zemalja organiziraju odvojeno u odnosu na klasične fakultete i vode stjecanju osnovnih i primijenjenih znanja iz poslovanja i poslovnog upravljanja u hotelijerstvu i turizmu.

Dakle, treba izvoditi visokoškolske programe gdje polaznici stječu temeljna teoretska, metodološka i aplikativna znanja iz područja hotelijerstva i turizma, ekonomije, prava, informacijske tehnologije, komunikacijskih znanosti i stranih jezika. Svladavaju teoretske i praktične aspekte edukacije kao i potrebne osobine i kompetencije stručnjaka za rad u hotelijerstvu i turizmu. Kompetencije stečene studijem moraju se temeljiti prvenstveno na visokostručnoj i profesionalnoj osposobljenosti za područje hotelskog i turističkog menadžmenta, hotelskog i turističkog marketinga, menadžmenta turističkih manifestacija, brandinga, controllinga, financijskog menadžmenta, odnosa s javnošću, upravljanja ljudskim resursima i sl.

Sve više se obrazovanje i usavršavanje tretira kao ključni resurs suvremenog poslovanja, a samim time i razvoja, pa bi se stoga adekvatnim obrazovanjem kadrova u hotelijerstvu i turizmu pridonijelo konkurentnoj prednosti određene zajednice, podizanju produktivnosti i povećanju tržišne vrijednosti. Cilj bi trebao biti da se na temelju stečenih znanja i vještina kvalitativno unaprijedi turistički proizvod temeljen na komparativnim prednostima određene lokalne zajednice i pri tom afirmirati vlastitu kulturu, tradiciju i stil života.

Važno je napomenuti da je problem o kojem pišemo prepoznat i istaknut u Glavnom planu razvoja turizma Splitsko - dalmatinske županije koji kaže: ¹Svjetski smo da kod nas postoji debalans tržišta rada za buduće potrebe menadžmenta u turizmu i hotelijerstvu. Nemamo dovoljno stručnih ljudi za budućnost. S druge strane, mi želimo visokokonkurentsku turističku industriju koja je održiva na dugi rok. Uz rast investicija te ulazak jačih "igrača" u industriju, a osobito međunarodnih brandova, stvaraju se potrebe za radikalnim zaokretom u razvoju domaćih kadrova i menadžmenta za hotelsku i ostalu turističku industriju. Sadašnje lokalno tržište rada ni kvantitativno ni kvalitativno ne odgovara potrebama poslovanja.

4. ZAKLJUČAK

Upravo se u ovo krizno vrijeme sve nade zasnivaju na nadarenim budućim naraštajima vodećih ljudi to jest mladih menadžera. Menadžeri

bi trebali spoznati da moraju biti voditelji, treneri i savjetnici, a prioritet treba biti uvođenje i primjenjivanje standarda u poslovanju, stvaranje kvalitetnih radnih timova i prenošenje ovlasti na zaposlene. Suvremena menadžerska orijentacija pridonosi stvaranju pozitivnog ozračja te povećanju ugleda zaposlenih menadžera u struci, koji će onda pridonijeti povećanju interesa budućih generacija.

U obrazovanju u hrvatskom hotelijerstvu ništa se nije promijenilo punih 20 godina. Formula za unaprijeđenje obrazovnog sustava je vrlo jednostavna. Treba inzistirati na uvođenju novih programa, ali praksi orijentiranim „Applied Business“ programa. Također, treba graditi što snažniju suradnju obrazovnih institucija i realnog sektora.

Kako bi se turistički uspješno razvijali važno je anticipirati nove trendove, izgrađivati vizije i strategije koje će se realizirati suvremenim upravljačkim instrumentima. Ovdje su informacije i znanje najbitnije komponente bez kojih poslovnog uspjeha jednostavno nema.

LITERATURA

1. Hrvatska turistička zajednica. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2010-2014. Zagreb, 2009..
2. Podaci Državnog zavoda za statistiku. Zagreb, 2011.
3. Pološki-Vokić, Nina (2004). Menadžment ljudskih potencijala u turizmu. Zagreb, Ekonomski fakultet Zagreb.
4. Splitsko - dalmatinska županija, Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije

¹ Splitsko - dalmatinske županija Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije