

---

# STAVOVI STUDENATA TURIZMA O UTICAJU STRUČNE PRAKSE NA IZBOR BUDUĆEG ZANIMANJA I UPRAVLJANJE KARIJEROM

Msc Ivana Mišković, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

## Sažetak

Većina studenata koji upisuju studije turizma navodi da im je osnovni motiv za tu odluku ljubav prema putovanjima. Za mnoge od njih, odlazak na stručnu praksu predstavlja prvu priliku da se upoznaju sa različitim aspektima rada u turističkim agencijama, organizacijama i hotelima. Tada im se po prvi put nudi mogućnost da spoznaju kako pozitivne, tako i negativne aspekte bavljenja ovim zahtevnim zanimanjima.

Cilj ovog rada je ispitivanje stavova i mišljenja studenata o tome da li im je, i u kojoj meri, stručna praksa pomogla da osnaže postojeću želju za radom u turizmu, ili je uticala na promenu njihove percepcije o budućem zanimanju. Anketno istraživanje je potvrdilo pretpostavku da mladi koji se odlučuju na studije turizma nisu dovoljno upoznati sa uslovima rada, kompleksnošću komunikacije sa klijentima i količinom odgovornosti koju ovaj posao nosi.

**Ključne reči:** Stručna praksa, Turizam, Studenti, Zaposlenje

## STUDENTS' VIEWS ON IMPACTS OF PROFESSIONAL PRACTICE ON CHOOSING THEIR FUTURE VOCATION AND CAREER MANAGEMENT

### Abstract

Majority of students entering the studies of tourism, declare that the main reason for their choice was a desire to travel. For most of them, taking part in practical education programs is the first opportunity to perceive the different aspects of work in travel agencies, organisations and hotels. For the first time they are perceiving the positive, as well as negative aspects of this occupation. The aim of this paper is to elaborate the students' attitudes towards practical education, as an invigorating factor for a desire to work in tourism, or as a factor that has changed their attitudes about their future career. A survey research confirmed the assumption that young people who decide to study tourism are not sufficiently familiar with the nature of work, complexity of communication with clients and responsibility that this occupation involves.

**Keywords:** Practical education, Internships, Tourism, Students, Employment

TIMS Acta (2013) 7, 39-50

---

## Uvod

Uzimajući u obzir fenomen turizma kao jednu od najperspektivnijih delatnosti i generatora radnih mesta u svetu, obrazovanje stručnih kadrova za rad u turizmu trebalo bi da predstavlja veoma važnu stavku u sistemu edukacije zemalja u razvoju, kao što je Srbija.

Visokoškolske ustanove i srednje stručne škole iz oblasti turizma i ugostiteljstva u Srbiji, svojim nastavnim planom obuhvataju praktičnu nastavu u turističkim i ugostiteljskim preduzećima u trajanju od minimalno 7-10 dana. S obzirom na prirodu ove profesije, posebno kada je u pitanju agencijsko poslovanje, škole i fakulteti, u većini slučajeva, upućuju učenike i studente u posetu privatnim turističkim agencijama. Kako zakonskom regulativom o srednjem i visokom obrazovanju u Srbiji ovaj vid saradnje između obrazovnih ustanova i agencija nije pravno regulisan, agencije nisu u zakonskoj obavezi da prihvate studente i učenike na pohađanje praktične nastave, niti da im daju bilo kakve informacije o svom radu. U praksi se ovaj vid nastave ipak primenjuje već decenijama, sa većim ili manjim uspehom. Rekrutovanje studenata za odlazak na sezonske radne programe u zemlji i inostranstvu odvija se na dobrovoljnoj bazi, nije obuhvaćeno obaveznim nastavnim programom, nije zakonski regulisano, niti propisuje određene standarde kvaliteta. Zbog toga se dešava da nakon praktične nastave koja se izvodi u različitim agencijama i hotelima, studenti ne stiču podjednaka znanja i iskustva.

Prva istraživanja na temu korelacije državnih obrazovnih sistema u oblasti turizma i praktične obuke učenika, vršena su tek od 1996. godine, nakon što je Jarvis (1994) ukazao na činjenicu da mnogi školski sistemi neadekvatno sprovode programe u vezi sa profesionalnom orijentacijom, ili ih sprovode prekasno (Fraser, 2003).

Turistički sektor ima drugačiju strukturu od ostalih privrednih grana. Intenzitet zavisnosti od ljudskog faktora ovde je izraženiji nego u drugim sektorima. Pružanje usluga i interakcija sa klijentima predstavljaju osnov svih delatnosti. Turistički sektor podrazumeva veći udeo radne snage u ukupnim investicijama u odnosu na druge privredne grane (Kuslivan, 2003). Zaposleni na svim organizacionim nivoima svakodnevno stupaju u direktnu

komunikaciju sa klijentima, te je od suštinske važnosti da i studenti turizma razumeju prirodu turističkih proizvoda i potrebe savremenog tržišta (Baum, 2005). Nezamenljiva uloga „živog rada“ predstavlja najveću šansu za smanjenje stope nezaposlenosti u zemljama u razvoju (Bull, 1995).

U današnje vreme, obrazovanje igra veoma važnu ulogu u unapređenju kvaliteta usluga. Poboljšanje strateških faktora uspeha turističkih destinacija i preduzeća odvija se prvenstveno kroz kvalitetnije obrazovanje i upravljanje ljudskim resursima (Heskett, 1988). S obzirom na predviđanja da će do 2020. godine 9.2% svih radnih mesta u svetu biti iz sektora turizma, odnosno da će jedan od 10.9 poslova biti u ovoj delatnosti (ILO, 2011), edukaciju je neophodno uskladiti sa potrebama lokalnog tržišta i promenama na globalnom nivou. Standardizacija kvaliteta i procesa u obrazovanju predstavlja nužnost, kako u teorijskim, tako i u praktičnim fazama (Guzeller, Yildiz, Sonuc, 2009).

Srbiji je neophodno, kroz proces stvaranja društvenog partnerstva između privrede, obrazovnih institucija i nacionalne službe za zapošljavanje, školovanje u skladu sa potrebama privrednog razvoja (Albijanić, 2010).

Teorijsku osnovu ovog rada predstavljaju rezultati naučnih istraživanja iz oblasti praktične nastave u turizmu, objedinjenih u publikaciji *“Managing Employee Attitudes and Behaviours in the Tourism and Hospitality Industry”*, autora Salih Kuslivan (2003). Anketno istraživanje sprovedeno na Fakultetu za sport i turizam u Novom Sadu rezultiralo je sličnim zaključcima, odnosno, potvrđene su tendencije na koje su ukazivala ranija istraživanja. Kao sastavni deo ovog istraživanja, analizirani su i stavovi osoba zaposlenih u turističkim agencijama, uz pomoć kojih se realizuje praktična nastava. Njihovi saveti i stručna mišljenja mogu biti od velike koristi za unapređenje kvaliteta praktične nastave u agencijama, kao i u rešavanju problema sa kojima se učenici i studenti susreću, i zbog kojih često imaju negativne stavove prema ovom vidu nastave. Obrazovne institucije, u ulozi organizatora praktične nastave, često se susreću sa problemom nedostatka razumevanja i želje za saradnjom od strane vlasnika privatnih agencija, koje u ovom procesu ne vide sopstveni interes, već samo nametnutu obavezu.

### **Efekti stručne prakse na percepciju studenata o turizmu kao odabranom pozivu**

U dosadašnjoj istraživačkoj praksi u svetu obavljeno je više naučnih istraživanja na temu uticaja stručne prakse na percepciju studenata o turizmu, kao odabranom životnom pozivu. Najopsežnije studije odnose se na istraživanja vršena na univerzitetima u Velikoj Britaniji, Turskoj, Grčkoj i na Novom Zelandu.

U sistemima visokog obrazovanja zemalja koje nose epitet turističkih velesila, integrisani su različiti projekti saradnje obrazovnih institucija i privrede. Neki od njih su poznati kao "Student Work Experience" (SWE) projekti, „Industrijski plasman“, „Korporativna edukacija“ ili „Sendvič kurs“, u trajanju od nekoliko nedelja do godinu dana (Kuslivan, 2003).

Ovi projekti imaju za cilj da spoje teoriju i praksu, dopunjuju kvalitet *ex cathedra* edukacije i vrše uticaj na upravljanje karijerom kod mladih osoba. Za većinu polaznika oni predstavljaju prvi kontakt sa praksom, odnosno profesijom u kojoj su odabrali da se usavršavaju.

Po studiji Leslija i Ričardsona (Leslie&Richardson, 2000), klasifikovane su osnovne prednosti SWE projekta na sve tri interesne grupe u ovom procesu: studente, turističku industriju i obrazovne institucije:

#### **1. Studenti**

- Proširenje praktičnih znanja i iskustava, sticanje novih veština
- Upoznavanje sa radom različitih sektora turističke industrije
- Uvid u funkcionisanje preduzeća i rad menadžmenta
- Reference za radni kurikulum
- Mogućnost direktnog zaposlenja
- Mogućnost skraćenja pripravničkog staža pri konačnom zaposlenju
- Učenje stranih jezika i kultura
- Uticaj na izbor karijere

#### **2. Turistička industrija**

- Jeftina sezonska radna snaga
- Motivisano osoblje na samom početku radne karijere, koje se može obučavati prema specifičnim potrebama, u skladu sa misijom i vizijom preduzeća

- Osoblje bez loših navika stečenih na drugom radnom mestu
- Odsustvo komplikacija kod otpuštanja radnika po završetku sezone
- Mogućnost regrutovanja budućih menadžera koji dobro poznaju procese rada na svim organizacionim nivoima
- Doprinos obrazovanju i društvenoj odgovornosti

#### **3. Obrazovne ustanove**

- Prepoznavanje realnih potreba tržišta rada
- Razvoj edukacije u skladu sa standardima poslovanja
- Podizanje opšteg kvaliteta nastave
- Praćenje promena u turističkoj ponudi i tražnji
- Saradnja pospešuje i olakšava dostupnost informacija neophodnih za naučno-istraživački rad (Kuslivan, 2003).

Ovom studijom su izdvojeni samo najznačajniji benefiti za učesnike u projektu, mada ih ima i više. No, anketna istraživanja, sprovedena među studentima po završetku praktične obuke, otkrivaju i „tamniju stranu“ ovih procesa.

Kalan (Callan, 1997) ističe da su rezultati istraživanja sprovedenog na Internacionalnoj školi za hotelijerski menadžment (*International Hotel Management School*), pri Metropolitan univerzitetu u Mančesteru (*Manchester Metropolitan University*), pokazali da je 85% studenata, nakon stručne praktične obuke u Velikoj Britaniji i centralnoj Evropi, bilo zadovoljno stečenim iskustvima (strani jezici, timski rad, operativne veštine, interakcija sa klijentima), ali da je više od polovine izjavilo kako ne bi želeli da se tim poslovima bave po završetku studija, jer je posao izuzetno naporan, radno vreme predugo i nepredvidivo, zarade preniske, a radno okruženje stresno (Kuslivan, 2003).

Kuslivan i Kuslivan (Kuslivan & Kuslivan, 2000) u poglavlju "Perceptions as an Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism&Hospitality Industry in a Developing Economy", iznose rezultate studije koja je obuhvatila 397 studenata iz 7 od 13 postojećih visokoškolskih ustanova iz oblasti turizma u Turskoj. Ispitanici su nakon tromesečne stručne prakse zamoljeni da popune upitnike od 79

pitanja u vezi sa njihovim ličnim utiscima i zapažanjima. Manje od polovine (42,5%) je upisalo studije turizma sa prethodnim saznanjima o uslovima zapošljavanja i rada u turističkoj industriji. Samo 3% studenata je prethodno pohađalo turističke ili ugostiteljske srednje škole. Čak 53% je izjavilo da im turizam nije bio prvi izbor pri upisivanju fakulteta. U vezi sa utiscima sa stručne prakse dobijeni odgovori u procentima izgledaju ovako: 92% izjavljuje kako smatra da su plate u turizmu daleko ispod proseka, 78% čak smatra da nisu dovoljne ni za zadovoljenje osnovnih životnih potreba, 66% smatra da turistički radnici nisu dovoljno motivisani za rad, 71% je zapazilo da se menadžeri ne ophode prema radnicima sa poštovanjem, a da pri tom često nisu kvalifikovani za svoje pozicije. Od svih anketiranih studenata, 44% je izrazilo razočaranje odabranom vrstom fakulteta, odnosno zanimanja, a 26% njih ne planira da se zaposli u turističkoj industriji po završetku studija (Kuslivan, 2003: 89). Kuslivanovo istraživanje nije zabeležilo značajne razlike u stavovima muških i ženskih ispitanika, ali je 57% svih ispitanika istaklo nedostatke rada u turizmu u odnosu na prednosti.

Studija Baroua i Maksvela (Barrov, Maxwell, 1993) obuhvatila je 482 studenata iz 7 škotskih visokoškolskih ustanova. Po njihovim rezultatima, većina studenata je izjavila da je razočarana uslovima rada, zaposlenjem i niskim platama. Prema Kristou (Christou, 1999), grčki studenti su zadovoljni sticanjem novih veština, kao što su upravljanje vremenom, radna disciplina, lična organizacija i timski rad, a nezadovoljni su uslovima rada, visinom zarada, radnim vremenom i ograničenim mogućnostima za napredovanje u karijeri (Kuslivan, 2003).

Istraživanja vršena na Novom Zelandu pokazala su slične rezultate. Njihovi studenti su, pored niskih zarada, dužine radnog vremena i količine stresa u poslu, istakli i nezadovoljstvo činjenicom da se ljudi zapošljavaju na visokim pozicijama posredstvom rođaka i prijatelja, bez kvalifikacija, te da se na uslužne radnike i zaposlene na "front desk"-u gleda sa omalovažavanjem (Fraser, 2003).

Po Kuslivanu, delimično rešavanje ovih problema bilo bi moguće kroz zapošljavanje predavača i saradnika u nastavi koji dolaze direktno iz industrije, prenose praktična znanja i informacije na studente i kolege predavače. Problemi vezani za razočaranje odabranim

pozivom mogli bi biti ublaženi pravovremenim upoznavanjem mladih osoba sa karakteristikama što većeg broja zanimanja koje tržište rada nudi, i to na nivou srednjoškolskog obrazovanja, pa i ranije. Sa druge strane, neophodno je i započeti delovanje u pravcu otklanjanja problema i nedostataka koji uzrokuju loš imidž ove profesije.

U 2010. godini je kod turoperatora i agencija u Srbiji radilo 3.775 ljudi (Portal Euroactiv, 2013). U ovoj delatnosti je prosečna mesečna zarada, isplaćena u 2012. godini, iznosila 27.245,00 RSD, što je daleko ispod srpskog proseka za isti period, koji iznosi 40.872,00 RSD (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2012). Ovi podaci sami po sebi ukazuju na objektivnost stavova studenata po pitanju niskih zarada u turizmu, a koji negativno utiču na njihovu motivisanost za zapošljavanje u ovoj oblasti. Prema istraživanju Međunarodne organizacije rada (*International Labour Organisation-ILO*) iz 2012. godine u 15 zemalja Evropske Unije, nivoi ličnih dohodaka u turističkom sektoru su za 20% niži od evropskog proseka (ILO, 2012). Gotovo tri četvrtine radne snage sa minimalnim zaradama u Sjedinjenim Američkim Državama dolazi iz sektora turizma, u Velikoj Britaniji oni su na samom dnu lestvice visine primanja, u Nemačkoj je jedan od sedam turističkih radnika zadovoljan svojom zaradom i radnim mestom (Kuslivan, 2003). U Danskoj menadžeri u turizmu ostvaruju 33% niže zarade u odnosu na menadžere istog nivoa iz drugih privrednih sektora (Hjalager, Andersen, 2001).

Osim visine zarada, kao veliki problem ističe se izuzetno visok procenat neprijavljenih sezonskih radnika, koji nemaju prava na socijalnu i zdravstvenu zaštitu, kao ni osiguranje od nesrećnog slučaja na radnom mestu (Ryan, 2002). Ovi, većinom nekvalifikovani radnici, motivisani su samo dnevnicama i napojnicama, imaju obezbeđen smeštaj i hranu, kao i studenti na praksi, te nisu retki slučajevi da učestvuju u sitnim krađama i prevarama, te im predstavljaju negativan uzor ili ih čak čine saučesnicima u različitim kriminalnim delima (Wood, 1997). Stresno okruženje je često uzrokovano i nasiljem na radnom mestu, posebno u noćnim smenama i na "front desk" pozicijama, gde zaposleni primaju gotovinu (Bolwell, Weinz, 2008).

Bitnerova studija iz 1990. Godine, vršena u restoranima, hotelima, avio kompanijama i agencijama

pokazala je da se zadovoljstvo, odnosno nezadovoljstvo, zaposlenih radnim mestom i uslovima rada, direktno odražava na njihove odnose sa klijentima. Komplikovana birokratija i stresno radno okruženje takođe negativno utiču na zaposlene, a samim tim i na korisnike njihovih usluga (Kusluvan, 2003 prema: King, Garey, 1997).

Turizam je jedan od vodećih sektora po pitanju zapošljavanja mladih osoba, žena (60-70% radne snage čine žene) i sezonskih radnika. Na svako radno mesto u turizmu, stvaraju se uslovi za još jedno ipso radno mesto, indirektno povezano sa turizmom, u komplementarnim delatnostima (ILO, 2011). Prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma *World Economic Forum* (skraćeno WEF) o konkurentnosti turizma za 2013. godinu, Srbija je rangirana na 89. mesto u konkurenciji 140 zemalja sveta, dok se po obimu ulaganja u stručno usavršavanje kadrova nalazi gotovo na samom dnu liste, na 135. mestu (World Economic Forum, 2013). Isti izvor navodi i podatak da 5,7% radnog stanovništva Srbije privređuje u oblasti turizma.

### **Cilj istraživanja**

Cilj ovog rada je analiza uticaja stručne prakse na stavove studenata turizma u pogledu izbora budućeg zanimanja i upravljanja karijerom.

Dugoročni cilj istraživanja je da ukaže na nedostatke u sistemu srednjeg i visokog obrazovanja budućih turističkih radnika u vezi sa stručnim osposobljavanjem i usavršavanjem kroz praktičnu nastavu, te podsticanje daljih istraživanja u ovoj oblasti.

### **Metodologija istraživanja**

Kako bi se izvršila analiza stavova studenata, korišćene su tehnike ankete i intervjua, na uzorku od 19 studenata druge godine Fakulteta za sport i turizam iz Novog Sada, smera Menadžment i biznis u turizmu, i 12 osoba zaposlenih u turističkim agencijama, u kojima se stručna praksa realizuje. Istraživanje je sprovedeno nakon završetka obavezne praktične nastave u turističkim agencijama, u periodu od decembra 2012. do februara 2013. godine. Studenti su bili zamoljeni da popune kratak anketni list sa 6 jasno formulisanih pitanja, zaokruživanjem jednog od pet ponuđenih odgovora,

skaliranih po principu petostepene Likertove skale (primer anketnog lista prikazan je u Tabeli 1). Nakon sprovedene ankete, koordinator za stručnu praksu je, sa ciljem produblivanja analize i ispitivanja pojedinačnih stavova, obavio intervju sa studentima, u kome su oni imali priliku da iznesu svoje lične utiske i stavove, kao i da daju konkretne predloge za dalje unapređenje organizacije praktične nastave.

Za prikupljanje informacija o stavovima zaposlenih u turističkim agencijama iz Novog Sada, u vezi sa stepenom organizovanosti stručne prakse, korišćen je metod direktnog ispitivanja (*Survey method*). U ovom delu istraživanja učestvovalo je dvanaest osoba zaposlenih u turističkim agencijama, koje imaju iskustva sa praktičnom nastavom i direktno učestvuju u njenoj realizaciji.

Dobijeni rezultati su statistički obrađeni i prikazani u vidu grafikona, sa dodatnom tekstualnom deskripcijom.

### **Rezultati istraživanja**

Prvi deo istraživanja je sproveden u vidu intervjua sa dvanaest osoba zaposlenih u turističkim agencijama sa sedištem ili predstavništvom u Novom Sadu, koje aktivno učestvuju u izvođenju praktične nastave učenika i studenata. S obzirom na temu istraživanja, odabrane su agencije i njihovi zaposleni koji se tim poslom bave minimalno pet godina, aktivno učestvuju u procesu obuke učenika i studenata na praksi i koji su pokazali dobru volju za saradnju i unapređenje kvaliteta praktične nastave u turizmu.

U pitanju su agencije *Kompas Tourism&Travel* sa poslovnica u Novom Sadu i Beogradu, agencija *Magelan Corporation* iz Novog Sada, agencija *Tango Travel* iz Novog Sada i agencija *1A Travel* iz Beograda, sa predstavništvom u Novom Sadu. Sve intervjuisane osobe su zaposlene na radnim mestima u vezi sa direktnom prodajom aranžmana, imaju neposredne kontakte sa klijentima, većina se bavi i kreiranjem turističkih proizvoda, a svi učestvuju u obučavanju učenika i studenata na praksi. Pet od dvanaest ispitanika ima visoko obrazovanje, jedna osoba je završila višu školu, a šest ima srednju stručnu spremu. U agencijama u kojima trenutno rade, zaposleni su minimalno pet godina.

Učesnici u intervjuu su zamoljeni da odgovore na konkretna pitanja u vezi sa kvalitetom praktične nastave

u turizmu, iznesu probleme sa kojima se susreću i daju sopstvene predloge za njihovo rešavanje, kao i da navedu pozitivne i negativne aspekte svog zanimanja.

Predstavnici agencija su tokom intervjua ukazali na dosadašnju, po njihovom mišljenju, lošu praksu koja je podrazumevala samoinicijativan i nekoordinisan dolazak studenata u agencije, bez prethodne najave od strane obrazovne ustanove. Takođe su izrazili nezadovoljstvo i izvesnu dozu zbunjenosti zbog odsustva bilo kakvog dogovora sa predavačima u vezi sa informacijama i dokumentacijom koja se očekuje da bude dostupna studentima. Takođe su napomenuli česte slučajeve da se od učenika i studenata traži da uz Dnevnik prakse prilože i kopije određenih vrsta (popunjenih) ugovora koje agencija sklapa sa klijentima i poslovnim partnerima. S obzirom na poverljivost podataka u tim dokumentima, kao što je slučaj sa vaučerima, ugovorima o putovanju i avionskim kartama, koje sadrže lične podatke putnika (ime, prezime, adresa, telefon, datum rođenja, imena saputnika, specijalni zahtevi i sl.), predstavnici agencija su ukazali na to da neretko dolaze u neprijatne situacije i suočavaju se sa etičkim dilemama.

Zaposleni su bili jednoglasni u stavu da bi bilo od izuzetne koristi da se sistem praktične nastave standardizuje i pravno reguliše, kako bi se podigao nivo njenog kvaliteta, te precizirala prava i obaveze sve tri interesne grupe: studenata, obrazovne institucije i preduzeća u kome se praktična nastava odvija.

Rezultati intervjua sa zaposlenima u agencijama ukazuju na moguće razloge zbog kojih su stavovi studenata o radu u turizmu nezadovoljavajući.

Niske zarade, dugo radno vreme bez predviđenih pauza za odmor, prekovremeni rad, velika količina odgovornosti i stresa, neobezbeđenost radnog prostora od mogućnosti krađe i napada, priroda posla koja ne toleriše greške, nemogućnost korišćenja godišnjeg odmora u toku turističke sezone, neki su od najznačajnijih faktora koje zaposleni opisuju kao otežavajuće u svom svakodnevnom radu. Žene su izjavile da su vrlo često ugrožene, jer poslodavci ne saosećaju uvek sa njihovom majčinskom ulogom.

Troje sagovornika je ukazalo i na nezadovoljstvo zbog nemogućnosti napredovanja u velikom broju privatnih agencija u kojima hijerarhijska struktura podrazumeva vlasnika na poziciji menadžera, a svi zaposleni se tretiraju

jednako, bez obzira na školsku spremu, dužinu radnog staža, predanost poslu i rezultate.

Kao pozitivna iskustva i najsnažnije motivatore za rad, zaposleni ističu česta putovanja, naročito nagradna ("fam trip" i "incentive") putovanja, na kojima sve troškove snose organizatori, zatim mogućnost dobre zarade na putovanjima sa grupama (dnevnice), kontakte sa velikim brojem ljudi i dinamičnost posla. Što se stručnog usavršavanja tiče, zaposleni su zadovoljni stavovima svojih poslodavaca kada su u pitanju kursevi i predavanja u vezi sa njihovim svakodnevnim operativnim radom, mada nikome od njih nije ponuđena finansijska pomoć za nastavak formalnog i neformalnog obrazovanja (fakulteti, postdiplomske studije, kursevi stranih jezika ili upotrebe računara). Samo jedan od sagovornika je izjavio da su svi zaposleni u njegovoj agenciji od poslodavca dobili mogućnost besplatnog pohađanja jednogodišnjeg kursa engleskog jezika.

Na pitanje da li im poslodavci, u bilo kom obliku, pružaju podršku kod oporavka od stresa ili kontrole opšteg zdravstvenog stanja (fitnes i velnes programi, sistematski lekarski pregledi, razgovori sa psiholozima rada i sl.), nijedan ispitanik nije odgovorio potvrdno.

U okviru drugog dela istraživanja, sprovedena je anketa među studentima druge godine smera Menadžment i biznis u turizmu. Rezultati ankete upućuju na zaključke veoma slične rezultatima ranijih istraživanja, o kojima je bilo reči u prvom delu ovog rada, a koji ukazuju na veoma visok procenat studenata koji gube interesovanje za rad u turizmu po završetku studija.

Za ostvarenje cilja ovog istraživanja, najrelevantnijim se smatraju odgovori na pitanja od 1 do 4 iz priloženog anketnog listića. Na prvo pitanje, vezano za iskustvo stečeno na stručnoj praksi, najveći broj studenata (61%) je izrazio zadovoljstvo stečenim iskustvom. U intervjuu sa koordinatorom stručne prakse, većina studenata je istakla da su u agencijama srdačno i ljubazno primljeni, te da su se zaposleni trudili da odvoje vreme i pomognu im u rešavanju zadataka i odgovaranju na pitanja obuhvaćena Dnevnikom prakse. Saradnju sa agencijom 22% ispitanika je ocenilo kao „vrlo dobru“, a kao „osrednju“ 17% ispitanika. Nijedan student nije ocenio iskustva sa prakse kao negativna.

Tabela 1. **Primer anketnog lista**

**Izneti stavove o radnom zadatku stručne prakse (zaokruži predloženu ocenu), pored postavljenog pitanja svoj stav ocenjujete od 1 do 5 u skladu sa sledećim vrednostima date skale:vrlo dobar – 5; dobar – 4; osrednji – 3; loš – 2 i vrlo loš – 1**

1.	Da li ste zadovoljni iskustvom koje ste stekli u agenciji?	1	2	3	4	5
2.	Kako ocenjujete saradnju sa agencijom u vezi sa ispunjenjem radnih zadataka?	1	2	3	4	5
3.	Da li će vam iskustvo sa prakse koristiti u daljem studiranju?	1	2	3	4	5
4.	Kakav je vaš stav o radu u turizmu po završetku studija?	1	2	3	4	5
5.	Kako ocenjujete stepen organizovanosti stručne prakse?	1	2	3	4	5
6.	Saradnja sa nastavnikom tokom radnog zadatka.	1	2	3	4	5

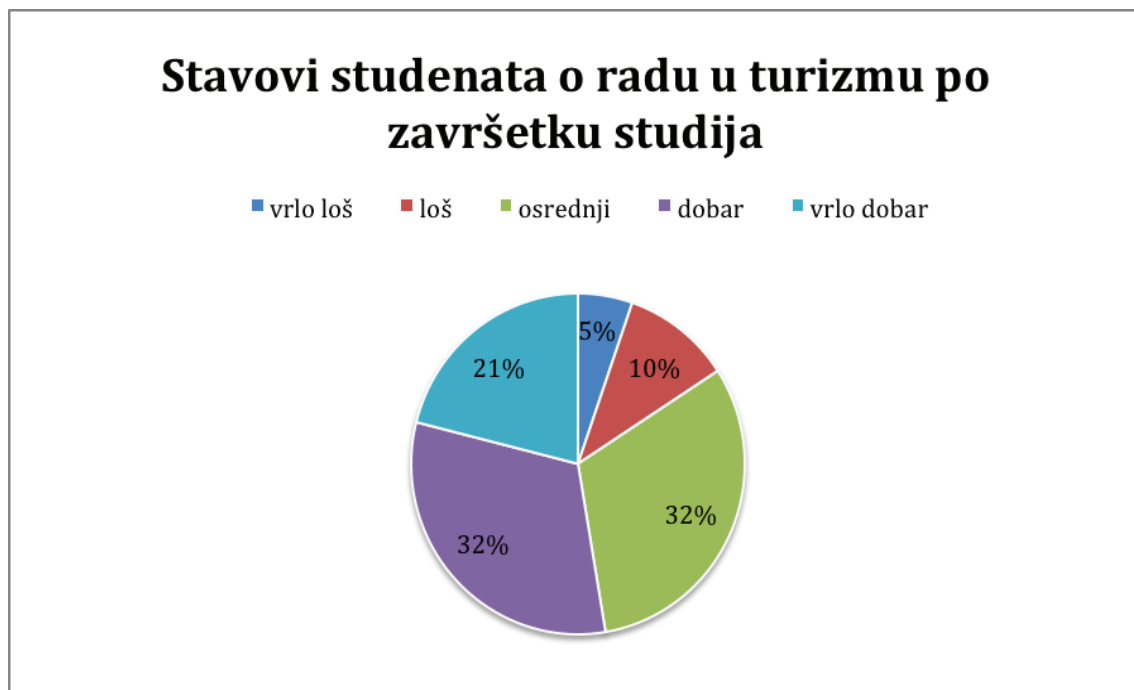
Kvalitet saradnje sa zaposlenima u agenciji, koji je bio obuhvaćen drugim pitanjem, u 52% slučajeva ocenjen je kao „veoma dobar”, 38% je ocenilo kao „dobar”, a samo 10% ga smatra „osrednjim”.

Vreme koje će zaposleni posvetiti studentima zavisi samo od njihove dobre volje, te nisu retki slučajevi da, posebno u toku visoke sezone, studenti ostaju uskraćeni za njihovu pažnju i pomoć. U slučaju studenata Fakulteta za sport i turizam, pozitivne stavove i iskustva studenata i zaposlenih možemo posmatrati i kao posledicu angažovanja Fakulteta prilikom uspostavljanja direktnih kontakata sa agencijama i najavljivanja dolaska studenata. Pored upoznavanja zaposlenih sa Planom i programom praktične nastave, formulisana su i jasna pitanja i radni zadaci koji obuhvataju osnove najznačajnijih segmenata agencijskog poslovanja i iziskuju vremenski minimalno angažovanje zaposlenih, uz podsticanje studenata da što više posmatraju, zaključuju, zapažaju i iskazuju svoju kreativnost.

Odgovori na treće pitanje iz anketnog lista, u kom se iskazuje stav da li će im iskustvo sa prakse biti od koristi u daljem studiranju, 52% studenata je ocenilo najvišom

ocenom, 27% sa „dobrim” i 21% sa „osrednjim”. Ni kod ovog pitanja nije bilo loših ocena i negativnih iskustava.

Odgovori na četvrto pitanje daju podatke najrelevantnije za temu ovog istraživanja. Oni ukazuju na stavove studenata o radu u turizmu, kao eventualno odabranom budućem zanimanju. Kod ovog pitanja je podjednak broj studenata zaokružio broj 3 i 4 (po 32%), iz čega je moguće zaključiti da većina studenata ocenjuje svoj stav kao „dobar” ili „osrednji”. U intervjuu obavljenom nakon izvršenog anketiranja, većina studenata je izjavila da još uvek ne razmišlja ozbiljno o zaposlenju i da im je završavanje studija trenutno prioritet, kao i da će rado prihvatiti zaposlenje u nekoj drugoj profesiji, ukoliko im se ukaže prilika. Četvrto je ujedno i jedino pitanje u anketi kod kojeg je zaokružen broj 1, odnosno izražen je „vrlo loš” stav o turizmu kao zanimanju, dok 10% studenata ima loš stav prema radu u turizmu. Pozitivan stav o radu u turizmu pokazala je samo petina ispitanika, što ukazuje na veoma mali broj onih koji studiraju turizam, a sebe u budućnosti vide kao turističke radnike. Procentualni odnos odgovora na četvrto pitanje prikazan je Grafikonom br.1.



**Grafikon 1. Stavovi studenata Fakulteta za sport i turizam o radu u turizmu po završetku studija (odgovori na četvrto pitanje iz anketnog lista)**

#### Diskusija

Rezultati ovog, kao i prethodnih spomenutih istraživanja, nedvosmisleno ukazuju na postojanje značajnog udela studenata koji tek nakon ličnog susreta sa odabranom profesijom postaju svesni njenih nedostataka, te gube interesovanje za rad u turizmu. Neki od razloga njihove promene mišljenja su svakako: stresan i odgovoran posao, nedostatak slobodnih radnih mesta u struci i nemogućnost dobre zarade.

Činjenica da skoro polovina diplomiranih studenata nikada ne počne da se bavi turizmom, za koji su se školovali, može se posmatrati kao posledica toga što prilikom planiranja svoje budućnosti i upisivanja fakulteta nisu bili svesni šta profesije u turizmu nose sa sobom, odnosno prilikom profesionalne orijentacije nisu vodili računa o opštim trendovima razvoja turizma, kao ni društvenim potrebama za pojedinim zanimanjima (Ćuruvija, 2008).

Ministarstvo prosvete Republike Srbije je uočilo neusaglašenost pojedinih školskih i studijskih programa sa potrebama privrede i stanjem na tržištu rada. Ono je, takođe, svesno nedostatka institucije koja bi sistemski pratila trenutne neusklađenosti kvalifikacione strukture

učenika i studenata i kvalifikacije koje tržište traži, ali i predviđala buduće potrebe tržišta.

Kako je u Strategiji razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine (dostupno preko [www.srbija.gov.rs](http://www.srbija.gov.rs)) navedeno, potrebno je ostvariti usku saradnju na relaciji akademske studije-privreda, i to prateći 6 osnovnih tačaka:

1. usaglašavanje studijskih programa akademskih studija sa potrebama privrede, kao i saradnja u realizaciji stručne prakse studenata (...)
2. dodatno formalno i neformalno obrazovanje zaposlenih u privredi (...)
3. angažovanje u nastavi istaknutih stručnjaka u privredi (...)
4. zajednički rad na inovacionim projektima (...) na kojima su angažovani studenti i stručnjaci iz Privrednih društava (...)
5. zajednička primenjena i razvojna istraživanja, na kojima se angažuju resursi univerziteta
6. obezbeđivanje uslova da svaki univerzitet može da osnuje barem jedan poslovni inkubator, koji bi pomogao preduzetničke inicijative studenata ... (Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine str.113).



Do sada su poslodavci bili uključeni u ove procese, ali samo neformalno. Da bi se ostvarilo njihovo puno učešće, neophodno je definisati niz sistemskih mera, počevši od članstva u školskim odborima, preko plaćanja nadoknada za rad u komisijama, do akreditacija instruktora praktične nastave i odobravanja poreskih olakšica za preduzeća u kojima se realizuje praktična nastava.

U tom pravcu, Strategija predlaže uvođenje sledećih mera:

1. razvijanje sistema akreditacije i sertifikacije poslodavaca kod kojih se realizuje praktična nastava,
2. donošenje zakonske i podzakonske regulative za finansijske stimulacije poslodavaca kod kojih se realizuje praktična nastava,
3. uključivanje barem 10% poslodavaca u rad sektorskih veća, ispitnih komisija i realizaciju praktične nastave (Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine, str. 82).

U pomenutom dokumentu se takođe navodi potreba povezivanja stručnih društava i profesionalnih udruženja sa univerzitetima, koji čak trebaju da preuzmu deo odgovornosti za praćenje nastave u svojoj oblasti.

Po podacima Ministarstva finansija, ulaganje u sve nivoe obrazovanja u Srbiji iznosi 3.5% BDP. Prosek zemalja OECD-a je 6%. Kada se uzme u obzir da je budžet Srbije neuporedivo manji od budžeta zemalja OECD-a, onda je jasno da Srbija skromno ulaže u razvoj ljudskog kapitala. Kada ovom podatku dodamo i statističke podatke o obrazovnoj strukturi stanovništva, tada se može konstatovati da je odnos države i društva prema obrazovanju u Srbiji zabrinjavajuće loš (Albijanić, 2010). Stručno osposobljavanje je svrsishodno samo ako je usklađeno sa realnim potrebama tržišta. Ono nije samo pitanje kurikuluma i serifikata, već je takođe važno i za motivaciju radnika. Osposobljavanje mora predstavljati put ka usavršavanju, specijalizaciji i hijerarhijskom napredovanju, što će dovesti do poboljšanja životnog standarda, a samim tim i povećanja motivacije (ILO, 2012). Po procenama ILO-a, 50% kvaliteta koji se od radne snage u turizmu očekuju čine praktične radne veštine, profesionalna i tehnička kvalifikovanost, a drugih 50% čine motivacija, lojalnost, strast, posvećenost i specifične

veštine (*soft skills*) (ILO, 2012).

Turistički sektor postaje sve zavisniji od modernih tehnologija, s toga se i priroda posla znatno promenila. Broj rezervacija napravljenih putem interneta predstavlja 20% svih rezervacija u Evropi, dok je taj procenat u severnoj Americi još veći. B2C (*Business to Client*) rezervacioni sistemi namenjeni krajnjim korisnicima, dizajnirani su za jednostavnu upotrebu bez neophodnih predznanja, dok softveri namenjeni profesionalnoj upotrebi B2B (*Business to Business*) koncepta, u najvećem broju slučajeva iziskuju prethodnu obuku i iskustvo u korišćenju. Ovo znači da turistička industrija ima sve veću potrebu za kadrom obučenim da rukuje ovakvim programima. Turističkoj industriji su neophodni ljudi sa razvijenim IT veštinama iz oblasti rezervacija, administracije, računovodstva, *on-line* marketinga, koji pored ovih veština moraju posedovati opširna znanja o proizvodima i uslugama koje nude, kao i o specifičnostima turističke tražnje. Programi učenja stranih jezika moraju takođe biti usklađeni sa tendencijama turističke tražnje, odnosno usmereni ka brzo rastućim tržištima, kao što su Kina, Indija i Rusija, na primer. Konstantan rast nataliteta i opšteg životnog standarda u ovim zemljama, rezultira i povećanom turističkom tražnjom, usmerenom naročito ka evropskim destinacijama (Mišković, 2013).

Ni u Hrvatskoj se sistem školovanja za potrebe turizma ne sprovodi kvalitetno na svim nivoima obrazovanja. Naime, sve je manje učenika koji završavaju srednje škole specijalizovane za potrebna znanja u turizmu. Kao posledica toga, javlja se veliki broj nekvalifikovane radne snage, koja tokom sezone pruža usluge u turizmu. Projekat koji je pokrenulo Ministarstvo turizma Republike Hrvatske rezultiralo je „Studijom za unapređenje srednjoškolskog obrazovanja za potrebe hotelijerstva i ugostiteljstva Hrvatske“ (Weber, 1998 ), a njom su utvrđene smernice za unapređenje sistema obrazovanja kroz:

- poboljšanje uslova rada i racionalizaciju škola,
- inovaciju postojećih i uvođenje novih planova i programa,
- poboljšanje izvođenja nastave u školama, naročito stručne prakse,
- unapređenje saradnje između privrede i srednjih škola. (Bartoluci, Budimski, 2010).

Primer dobro organizovanog programa stručnog osposobljavanja može se pronaći na Malti. Propisan od strane Instituta za obrazovanje u turizmu, pri Ministarstvu Ekonomije Malte, njihov plan predviđa obaveznu radno-praktičnu nastavu na svim nivoima studija. Program se izvodi pod nadzorom savetnika i mentora iz obrazovne institucije, koji podržavaju studente tokom čitavog procesa školovanja i izbora buduće karijere ([www.education.gov.mt](http://www.education.gov.mt)).

### Zaključak

Veliko interesovanje za upis studenata na studije turizma, u zemlji koja u njemu treba da prepozna siguran put ka izlasku iz ekonomski nezavidne situacije, trebalo bi biti prepoznato kao potencijal i dobra šansa. Ulaganje u mlade i obrazovane kadrove je prioritet, pa samim tim i otklanjanje prepreka na koje oni nailaze tokom svog obrazovanja treba shvatiti kao veoma važan i odgovoran zadatak. Smanjenje broja razočaranih studenata, koji se opredeljuju za karijeru u drugim profesijama, mogao bi ublažiti nedostatak obrazovanog kadra u turizmu i profesionalniji pristup kreiranju i pružanju turističkih usluga. Rešenje se nalazi u blagovremenom upoznavanju srednjoškolaca sa različitim profesijama, pre svega sa onima koje tržište rada najviše traži, i profesionalna pomoć u procesu izbora fakulteta, u skladu sa ličnim interesovanjima i predispozicijama. Potom sledi pažljivo organizovanje i sprovođenje praktične nastave tokom trajanja studija.

Obzirom da se izraz „profesionalna orijentacija“ ne može pronaći u dokumentu Strategije razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine, može se zaključiti da ne postoje planovi za pomoć mladim ljudima pri izboru karijere, barem što se tiče države, odnosno Ministarstva prosvete. Međutim, u tom dokumentu je dato nekoliko veoma bitnih smernica za otklanjanje problema na koje se ovaj rad fokusira.

Inicijative samih škola i visokoškolskih ustanova mogle bi u velikoj meri amortizovati probleme koji se pojavljuju u praksi. Prema pomenutoj Strategiji, školama se daje određeni stepen autonomije po pitanju saradnje sa socijalnim partnerima iz okruženja i podržava se ostvarivanje zajedničkih aktivnosti škole i lokalne sredine. Neposredni kontakti sa profesionalcima

iz različitih struka, organizovane posete preduzećima i ustanovama iz različitih privrednih grana, omogućile bi mladim ljudima lakše donošenje odluka o izboru fakulteta. Posete firmama, tribine i predavanja namenjena srednjoškolcima, predstavljale bi idealnu priliku da mladi čuju i vide šta određena zanimanja zapravo podrazumevaju.

U slučaju turizma, na primer, zaposleni u turističkoj agenciji ili lokalnoj turističkoj organizaciji, na veoma jednostavan i primeren način mogu srednjoškolcima pojasniti kako izgleda njihov radni dan, nedelja, mesec ili godina. Na taj način se mogu razbiti predrasude da se bavljenje turizmom svodi samo na putovanja po svetu, bez stresova i finansijskih poteškoća. Isticanje brojnih pozitivnih aspekata ovih zanimanja, može, sa druge strane, osnažiti interesovanja budućih studenata za njih.

Sa druge strane, minimiziranje stresa prouzrokovanog prirodom posla od suštinske je važnosti za dobar imidž turističke industrije. Rešenje se nalazi u adekvatnoj edukaciji menadžera u oblasti savremenih trendova u upravljanju ljudskim resursima, sa posebnim osvrtom na brigu o opštem zdravstvenom stanju zaposlenih, neophodnost redovnih lekarskih pregleda i uvođenje preventivnih mera za sprečavanje pojave sindroma izgaranja. Na taj način bi zaposleni u turizmu imali osećaj da poslodavci brinu o njima, što bi se direktno odrazilo i na odnos prema poslu, uspešnijoj komunikaciji sa klijentima, pa konačno i poslovanje samog preduzeća. Percepcije radnog okruženja u kojem učenici i studenti borave imaju izuzetno veliki uticaj na njihovo upravljanje karijerom i motivaciju za nastavak studija. Stoga je od suštinske važnosti da se praktična nastava odvija u prijatnoj atmosferi, po unapred utvrđenom planu i programu, u čijem kreiranju su podjednako učestvovalе obe strane.

Dinamične promene u tehnologiji i sve učestalije korišćenje interneta za direktne rezervacije predstavljaju veliki izazov turizmološkoj profesiji. Studenti su svesni da će do uspeha doći samo oni tehnički obrazovaniji i koji poznaju više stranih jezika. Na državnom, regionalnom ili lokalnom nivou, sveobuhvatno ulaganje u obrazovanje zahteva zajedničku akciju svih učesnika u ovom procesu. Preduzetnike je potrebno motivisati da se povezuju sa fakultetima i naučno-istraživačkim institucijama i obratno, u cilju ostvarivanja zajedničkih projekata, ulaganja u

razvoj novih proizvoda ili inoviranje postojećih. Takođe su moguća i osnivanja centara za zajednička istraživanja.

Kako je u radu naglašeno, sve tri interesne grupe moraju usko saradivati, ali preduslov za to mora biti svesnost o benefitima koje kroz taj vid saradnje mogu ostvariti. Obrazovne institucije se moraju povezati sa industrijom, ponuditi im saradnju i moliti za pomoć. Industrija mora imati sluha za te molbe i uvideti svoju potencijalnu korist.

I konačno, studenti moraju biti motivisani, ali pre svega na vreme upoznati sa karakteristikama profesije koju su odabrali.

## LITERATURA

Albijanić, M. (2010): Ljudski kapital u funkciji ekonomskog rasta i primena na Srbiju. U: N. Savić, G. Pitić, *Kuda ide konkurentnost Srbije?* (70-107). Beograd: Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju.

Anastassova, L., Purcell, K. (1995): Human Resource Management in the Bulgarian Hotel Industry: From Command to Empowerment. *International Journal of Hospitality Management*, 14 (2), 71-185.

Baum, T. (2005). Global Tourism Higher Education-The British Isles Experience. *Journal of Teaching in Travel&Tourism* 5, 1/2, 27-38.

Bakić, O. (2010): *Marketing u turizmu*. Beograd: Univerzitet Singidunum.

Bartoluci, M., Budimski, V. (2010): Obrazovni sustav stručnih kadrova za potrebe turizma u Hrvatskoj. U: *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu : zbornik radova*, 1 (1). Zagreb: Ekonomski fakultet.

Bitner, M.J., Booms, B., Tetreault, M. S (1990): The Service Encounter: Diagnosing Favourable and Unfavourable incidents. *Journal of Marketing*, 54 (1), 71-84.

Boella, M.J (2000): *Human Resource Management in the Hospitality Industry* (7<sup>th</sup> ed.). Cheltenham: Stanley Thornes.

Bolwell, D., Weinz. W, (2008): *Guide for Social Dialogue in the Tourism Industry*. Geneva: International Labour Office.

Bull, A. (1995): *Economics of Travel and Tourism*. Guilford Publications.

Cooper, C., Fletcher, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008): *Tourism Principles and Practice*. Pearson Education Limited.

Christou, E. (1999): Hospitality management education in Greece-An exploratory study. *Tourism management*, 20 (6), 683-691.

*Euractiv* (11.01.2013.). Preuzeto sa: <http://www.euractiv.rs/>

Ćuruvija, I. (2008): *Upravljanje obrazovnim procesima u funkciji zadovoljenja potreba savremenih turista*. Doktorska teza, Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.

*Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, univerzitet Singidunum*. (07.03.2013.) Preuzeto sa: <http://www.fefa.edu.rs>

Fraser, R.A., (2003): Why don't Hospitality Students Keep the Faith? A Research Report on Hospitality Students Commitment to Careers in the Industry. U: S. Boriotti, D. Dennis, *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry* (99-134). New York: Nova Science Publishers.

Guzeller, C. O., Yildiz, S., Sonuc, N. (2009): Comparison of Tourism Education Programs in Turkey and Greece, Future Challenges. *Turizam* 13(1). Novi Sad: Prirodno-matematički fakultet.

Hjalager, A.M., Andersen, S. (2001): Tourism employment: contingent work or professional career? *Employee Relations*, 23(2).

Heskett, J. (1988): *Management von Dienstleistungsunternehmen (Management of service enterprises)*. Wiesbaden: Gabler.

*International Labour Office*. Global Employment Trends 2011, (05.03.2013.) Preuzeto sa: <http://www.ilo.org>

Kusluvan, S., Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry. *Tourism Management*, 21 (3), 251-269.

Kusluvan, S. (2003): *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry*. New York: Nova Science Publishers.

*Ministarstvo obrazovanja Malte* (14.02.2013.). Preuzeto sa: [www.education.gov.mt](http://www.education.gov.mt)

Mišković, I. (2013): Turisti budućnosti. *Travel magazin*, 130 (1), 34-35.

*Republički zavod za statistiku* (07.02.2013.). Preuzeto sa: <http://webrzs.stat.gov.rs>

Rian, C. (2002): Equity, Management, Power Sharing and Sustainability-Issues of the "New Tourism". *Tourism Management*, 23 (1), 17-26

*Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji*. „Službeni glasnik RS“, бр. 55/05, 71/05 – ispravka, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 - УС и 72/12

Weber, S. (1998): „Unapređenje srednjoškolskog obrazovanja za potrebe hotelijerstva i ugostiteljstva Hrvatske“. Zagreb: Institut za turizam.

Wood, R. (1997): *Working in Hotels and Catering*. London: Routledge.

*World Economic Forum* (06.03.2013.). Preuzeto sa: <http://www3.weforum.org>

Weinz, W. (2011): *Global Developments and Challenges in the Tourism Industry*. Workshop on Decent Work in the Tourism Industry. Geneva: ILO.

---

Datum prijave rada: 20.03.20113.

Datum prihvatanja rada: 18.06.2013.

**Kontakt**

Ivana Mišković, Fakultet za sport i turizam, Radnička 30 a, Novi Sad

E-mail: [ivana.miskovic@tims.edu.rs](mailto:ivana.miskovic@tims.edu.rs)