

PROF. DR. SC. SANDRA JANKOVIĆ DEKANICA FAKULTETA ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Visokokvalitetni kadrovi bit će predvodnici promjena



Turizam mora biti istovremeno otporan, pametan, odgovoran, zelen, ali i regenerativan, odnosno fokusiran na regeneraciju zajednica i mjesta

U nadolazećim godinama najavljuje se rast prihoda od međunarodnog turizma i međunarodnih turističkih dolazaka, zadržavajući turizam u skupini najznačajnijih gospodarskih sektora u svijetu te generatora globalnog izvoza usluga. UNWTO predviđa do 2032. godine prosječnu godišnju stopu rasta od 5,8 posto te kreiranje novih 126 milijuna radnih mjesta u sektoru turizma i putovanja.

Trend digitalizacije, koji značajno mijenja životne okolnosti, brišući granice između rada, učenja i slobodnog vremena, omogućuje mnogima fleksibilniji stil života te kombiniranje rada, odmora i putovanja. Osim toga, u budućnosti se očekuje porast trenda ekonomije dijeljenja i života u zajednici. U turizmu i industriji zabave koriste se sve više virtualna i proširena stvarnost, autonomni prijevoz, umjetna inteligencija i biometrijska tehnologija. Sve to će zasigurno utjecati na rast turističkih kretanja te porast broja digitalnih nomada.

Regenerativni turizam

Za turističke zemlje to će predstavljati istovremeno prilike, ali i velike izazove. Prilike se odnose prije svega na kreiranje novih radnih mjesta te povećanje prihoda, dok će istovremeno veliki izazov biti razvijati i implementirati održivi turizam. UNWTO naglašava da održivi turizam više nije izbor, već obveza, no postavlja se pitanje kako to ostvariti? Poznato je da globalni fenomen prekomjernog turizma uništava resurse, na kojima destinacije baziraju svoj turistički razvoj, ali i umanjuje kvalitetu života lokalnog stanovništva. Zagađenost koju turizam generira u pojedinim destinacijama počinje predstavljati ozbiljnu prijetnju. Problemi pretpandemijskog masovnog turizma počinju se preispitivati i traže se neka nova rješenja. Traži se način na koji će turisti putovati održivije te minimizirati svoj ekološki otisak, pri čemu će doživjeti iskustva koja autentično predstavljaju lokalnu kulturu i tradiciju. Turizam mora biti istovremeno otporan, pametan, odgovoran, zelen, ali i regenerativan, odnosno fokusiran na regeneraciju

zajednica i mjesta na kojima se odvijaju turističke aktivnosti, poboljšavajući stanje koje je zatečeno. Regenerativni turizam put je za održiviju, ali i pravedniju budućnost lokalne zajednice, pri čemu se turistička ponuda mora uklopiti u sliku lokalne, postojeće ponude, na način da je dodatno oplemeni te doprinese kvaliteti života lokalnog stanovništva. Osim toga, turizam mora biti i društveno inkluzivan, spreman za prihvata ljudi s različitim spektrom potreba.

Profiliranje visokokvalitetnih kadrova

UNWTO također navodi da će u budućnosti za osiguranje održivosti turističkih destinacija ključnu ulogu imati obrazovanje, osposobljavanje i istraživanje. Naime, novo promišljanje turizma (Rethinking tourism) traži razvoj i profiliranje visokokvalitetnih kadrova, koji će upravo u budućnosti biti predvodnici promjena u turizmu. Tražit će se kadrovi koji će pored stručnih i digitalnih kompetencija posjedovati emocionalnu inteligenciju, poznavati dva, tri strana jezika, učinkovito djelovati u različitim timovima, biti kreativni, inovativni, sposobni kritički i analitički razmišljati, etično prosuđivati i, nadasve, biti društveno odgovorni.

U tom kontekstu zadatak Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, institucije koja je u potpunosti usmjerena na edukaciju i znanstvena istraživanja u području turizma, ugostiteljstva i održivoga razvoja, upravo je stvarati kadrove koji će biti sposobni razvijati održivi turizam. To će svakako u budućnosti zahtijevati i rethinking visokog obrazovanja u turizmu, na način da se drukčije promišlja o izvodenju studijskih programa i razvoju novih kompetencija studenata, stavljajući veći naglasak na kolaborativno problemsko rješavanje zadataka. U budućnosti nas čeka, više nego ikada do sada, suradnja i otvorena dvosmjerna komunikacija s turističkim i hotelskim gospodarstvom te javnim sektorom kako bismo detektirali ključne probleme, te zajedno s istraživačkom zajednicom i studentima tražili putove i rješenja za održiv, odgovoran, cjelodijeljni i regenerativan turizam u Hrvatskoj.

PROJEKT STRATEGIJA RAZVOJA ODRŽIV

DOC. DR. SC. DANIELA SOLDIĆ FRLETA

Lokalno stanovništvo na prvom mjestu

Lokalno stanovništvo, kao najznačajniji dionik turističkog razvoja, u središtu je suvremenih razvojnih koncepata turizma, a njegova potpora i uključenost u turističke razvojne procese predstavlja preduvjet održivog razvoja. U tom je kontekstu potrebno pratiti kako lokalna zajednica u pojedinim destinacijama percipira učinke turizma (ekonomske, društvene i ekološke) koji, ovisno o stupnju turističke razvijenosti destinacije i načinu upravljanja njenim razvojem, mogu pozitivno i/ili negativno utjecati na kvalitetu života. Posebna se pažnja posvećuje upravo percepciji negativnih učinaka (poput povećanja cijena i troškova života, gužvi, buke, preopterećenost prometne i komunalne infrastrukture, onečišćenja okoliša i sl.) koji u određenim slučajevima (kao posljedica prekomjernog turizma) mogu značajno umanjiti kvalitetu života.

Istraživanja pokazuju kako su stanovnici Hrvatske svjesni važnosti svoje uloge u turizmu, ali i pozitivnih i negativnih učinaka turizma. Ispitanici u prosjeku drže kako su u Hrvatskoj učinci koje turizam generira ipak u većini pozitivni, no važno je naglasiti kako se percepcije regionalno razlikuju, posebice kada je riječ o negativnim utjecajima koji se snažnije percipiraju u Jadranskoj Hrvatskoj. Istovremeno, sukladno posljednjem



istraživanju, rezultati jasno ukazuju kako ispitanici svih regija Hrvatske snažno podupiru razvoj turizma iako naglašavaju da u najvećoj mjeri nisu uključeni u njegove razvojne procese. Ono što je važno, jest da lokalno stanovništvo pokazuje visok stupanj zainteresiranosti za aktivno uključivanje u njegov daljnji razvoj. Navedeno ukazuje na potrebu značajnog iskoraka u smislu odgovornijeg upravljanja destinacijama u kojem će lokalna zajednica imati

daleko aktivniju i značajniju ulogu, a sve u cilju unapređenja kvalitete života.

Prepoznavanje činjenice da razvoj turizma treba biti rezultat zajedničkih napora svih dionika, visoka razina potpore i zainteresiranosti za uključivanje, ukazuje na spremnost lokalnog stanovništva za aktivan angažman i kvalitativne promjene te predstavlja dobro polazište za uključiv, odgovoran i time održiv razvoj turizma Hrvatske.

IZV. PROF. DR. SC. KRISTINA ČRNJAR

Ljudski potencijali u turizmu

Novi smjer Hrvatskoga turizma prema kvaliteti i održivosti uvelike će ovisiti o održivosti ljudskih potencijala koji će u budućnosti predstavljati ključan ograničavajući faktor njegovoga razvoja. Izazovi kao što je demografske

kretanja i migracije, nesigurnost radnih mjesta zbog senzualnosti poslovanja, plaće zaposlenika koje su u prosjeku niže od prosječnih plaća drugih zaposlenika u Hrvatskoj i plaća u istu djelatnosti u većini drugih zemalja EU, teški uvjeti rada, neadekvatno

vrednovanje zanimanja u turizmu i dr. rezultirali su nedostatkom kvalificiranih i stručnih zaposlenika. Mladim ljudima je rad u turizmu privlačan primarno u vrijeme studija kao izvor prihoda te u njemu rijetko vide razvoj svoje karijere u budućnosti.

Kako bi se u budućnosti osigurali ljudski potencijali za potrebe turizma napore je nužno usmjeriti na stvaranje kvalitetnih, sigurnih i stabilnih radna mjesta, adekvatno plaćanje rada, vraćanje dostojanstva zanimanjima u turizam, kontinuiran razvoj kompetencija zaposlenika kroz obrazovanje i praksu, upravljanje raznolikošću u tvrtkama te promoviranje uključivosti, planiranje pribavljanja i načina zadržavanja kvalitetnih zaposlenika te stvaranje sveukupnoga blagostanja zaposlenika. Kako bi se iznašla adekvatna rješenja i mjere kojima će se doskočiti trenutačnim trendovima i izazovima na tržištu rada u turizmu nužna će biti sinergija svih zainteresiranih subjekata u turizmu.



PROF. DR. SC. DORA SMOLČIĆ JURDANA

PREDSTOJNICA ZAVODA ZA TURIZAM I VODITELJICA PROJEKTA

NOVO PROMIŠLJANJE TURIZMA

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) od 1980. godine obilježava Svjetski dan turizma 27. rujna, pridodajući mu svake godine određenu temu. Ove godine tema Svjetskog dana turizma je rethinking tourism - novo promišljanje turizma. Jer, uistinu, događanja kojima svjedočimo od 2020. godine, pandemija koja je promijenila ponašanje ljudi, njihove navike, prioritete, ali i očekivanja od putovanja zahtijevaju novi način promišljanja budućnosti turizma, traže od svih nas da razmišljamo dalje i drukčije od ustaljenih okvira. Pandemijski uvjeti i njegove posljedice dominantno se reflektiraju u dvije činjenice: prva da su se navike turista promijenile, druga da je turizam postao neizostavna sastavnica života suvremenog čovjeka, što smo najbolje vidjeli u gotovo euforičnom kretanju ljudi k turističkim destinacijama već na prvom popuštanju mjera. Svjetski dan turizma traži ove godine pogled u budućnost. U prvi plan stavlja ljude i planet Zemlju te se pozivaju svi, od vlada, poslovnog sektora, lokalnih zajednica, da se ujedine i zajednički dijele i promišljaju viziju održivog, uključivijeg i otpornijeg turizma.

U kontekstu potrebe novog promišljanja turizma kreiran je ključni razvojni dokument hrvatskog turizma, Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine u kojem su objedinjene determinante dominantnih europskih politika i mogućnosti financiranja, potrebe poslovnog sustava u turizmu, uz posebno uvažavanje stavova lokalnog stanovništva.

U kontekstu razvojnih potreba i potencijala utvrđeni su strateški ciljevi koji doprinose održivom turizmu i ukupnom gospodarskom i društvenom razvoju Hrvatske te unapređenju uvjeta života i rada njezinih stanovnika. Analizom razvojnih potreba i razvojnih potencijala i u cilju ostvarenja vizije definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu
3. Konkurentan i inovativan turizam
4. Otporan turizam.

Strateški ciljevi umreženi su, međusobno se podupiru i ostvaruju sinergijski učinak usmjeren k dosizanju definiranih pokazatelja učinaka.

Možemo reći da nova Strategija predstavlja svojevrsni »rethinking« hrvatskog turizma.



Prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana

PROF. DR. SC. MARINELA KRSTINIĆ NIŽIĆ

Odgovorno (i održivo) upravljanje prostorom



Prorator Hrvatske velike je raznolikosti, ljepote, višeznačne namjene i iznimnog geoprometnog potencijala. Prirodne atrakcije (more, plaže, planine, šume, otoci, ruralni krajevi) predstavljaju često osnovni motiv putovanja, a njihovom očuvanošću, adekvatnom zaštitom, pripremom i interpretacijom stvaraju se turistički atraktivni prostori. Očuvani prostor i okoliš temelj je i obaveza za održivo promišljanje daljnjeg turističkog razvoja.

Hrvatska je u samom vrhu

EU-a po postotku teritorija unutar mreže Natura 2000 s 36,7 posto kopnenog i 16,4 posto morskog ukupnog teritorija pa je mreža područja Natura 2000 jedna je od temeljnih polaznih podloga za prostorno planiranje.

Problematika prostornog opterećenja izrazito je naglašena u Jadranskoj Hrvatskoj u sezoni zbog visoke koncentracije turističkog prometa što sa sobom nosi niz negativnih posljedica: javlja se pritisak na temeljne turističke resurse i dolazi do prekoračenja prihvatnog potencijala u pojedinim

destinacijama ili užim lokacijama (npr. pojedine plaže, središta destinacija, atraktivni prirodni i kulturni lokaliteti).

Ta činjenica uzrokuje je izazove koji se očituju prvenstveno u pritisku na infrastrukturu, degradaciju okoliša, betonizaciji prostora, povećano onečišćenje pa čak i na zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Dakle, prateći negativni utjecaji nisu proizašli iz samog broja dolazaka i noćenja, već prije svega iz izrazite prostorne i vremenske koncentriranosti turističkog prometa.

Stoga kako bi se održivo i odgovorno upravljalo prostorom potrebno je optimalno iskoristiti okolišne i prostorne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti te poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacija, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti.

Integralnim prostornim planiranjem potrebno je kontrolirati opterećenje od prekomjernog turizma, naročito u zaštićenim područjima. Stoga je nužno da svi nositelji turističke i gospodarske politike budu svjesni potrebe održivog razvoja turizma. Mogući načini rješavanja ovih izazova su uz produljenje turističke sezone na obali, osnaživanje kontinentalnog turizma, ali i »ozelenjivanje« postojećih turističkih aktivnosti i unapređenje vrednovanja prirodne baštine.

IZV. PROF. DR. SC. ELENA RUDAN

Kulturna baština u turističkoj ponudi

Sciljem ostvarenja daljnje prepoznatljivosti na turističkom tržištu nužno je reagirati na negativne trendove s kojim se susreću kulturna i prirodna baština Hrvatske. Ponajviše utjecaja na kulturno-povijesnu baštinu u nekim destinacijama ima prekomjerni

turizam te izrazita sezonalnost (takav turizma rezultira devastacijom kulturne i prirodne baštine, preopterećenosti komunalne i prometne infrastrukture te smanjenjem vrijednosti kvalitete života i rada u lokalnim zajednicama, ali i padom kvalitete doživljaja za posjetitelje i turiste).

Dodatno trenutno postoje oscilacije u hrvatskim destinacijama u promociji, upravljanju te razini kvalitete prezentacije kulturne baštine. Održivi razvoj pretpostavlja i održivo valoriziranje materijalne i nematerijalne kulturne baštine i to osobito zaštićenih lokaliteta UNESCO-a, kulturnih dobara upisanih u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske, i dr., ali i načina života, autohtone gastronomije i ostalih vrijednosti temeljenih na raznolikosti identiteta svih regija Hrvatske. Osim toga za unapređenje i valorizacije postojeće resursne osnove potrebno je razvijati kulturne tematske ceste i putove (kulturne rute, hodočasnički putovi, i sl.), dodatno je potrebno uključivati u turističku ponudu muzeje, galerije, druge kulturne institucije, te interpretacijske centre i centre za posjetitelje (korištenjem modernih tehnologija za interpretaciju, očuvanjem te isporukom jedinstvenih iskustava za posjetitelja). Samo integralni pristup kulturnoj baštini predstavlja temelj za diverzifikaciju turističkih proizvoda i razvoj cjelogodišnjeg turizma na cijelom području Hrvatske. Obnovljena, zaštićena i turistički valorizirana kulturno-povijesna baština nije temelj samo za razvoj održivog kulturnog turizma nego je i integralni dio drugih oblika turizma, a osobito je ponos i vrijednost za lokalnu zajednicu i sve druge dionike u turističkim destinacijama.



PROJEKT STRATEGIJA RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA DO 2030. GODINE



KONFERENCIJA »WAVE 4 TOURISM«

Od 29. rujna do 2. listopada 2022., po drugi put održati će se konferencija u organizaciji studenata Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci - »Wave 4 Tourism«. Teme ovogodišnje konferencije su usmjerene prema osjetilnom doživljaju posjetitelja (eng. sensory experience) s naglaskom na turizam i ugostiteljstvo, a predavanja prvog dana biti će podijeljena u dvije sekcije: 1. Pack your senses, 2. Now it makes sense! U svakoj sekciji sudionici će imati priliku slušati predavanja 4 poznata stručnjaka tih područja. Neka od imena predavača su Domagoj Sever, Ante Marić, Tatjana Janjatić, Ivana Surać i Diana Grgurić. Moderator konferencije je Goran Rihelj. Cilj konferencije je okupiti studente iz Hrvatske i regije zbog poticanja transfera znanja i međusobnog povezivanja budućih lidera, a ove godine se očekuje dolazak preko 200 studenata sudionika. Drugi dan konferencije održati će se razne radionice, panel rasprava te Food festival, a večer će se zaokružiti koncertom Antonija Krištofića. Putem društvenih mreža se može poslati upit za ulaznice, a studenti UNIRI-ja imaju omogućen besplatni online prijenos prvoga dana konferencije putem Microsoft Teamsa.

FMTU

STUDIJSKI PROGRAMI

Preddiplomski studij: Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu; Menadžment održivog razvoja; smjer Hospitality Management (na engleskom jeziku)
Diplomski studij: Marketing u turizmu; Menadžment u turizmu; Menadžment u hotelijerstvu; Održivi razvoj turizma (online)
Doktorski studij: Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu; Menadžment održivog razvoja

CJELOŽIVOTNO OBRAZOVANJE

Specijalist odjela hrane i pića, Menadžment kamping resorta, Menadžment hotelske prodaje, Menadžment hotelskog domaćinstva, Strani jezici u turizmu za početnike, Poslovno komuniciranje u turizmu na stranim jezicima, Strani jezici za iznajmljivače privatnog smještaja, Sommelier u enogastronomiji, Program osposobljavanja za poslove bariste, Program osposobljavanja za poslove barmena, Seminar za turističke vodiče, Online edukacije za iznajmljivače obiteljskog smještaja u Primorsko-goranskoj županiji (Kvarner Family EDU).

IZV. PROF. DR. SC. ZVONIMIRA ŠVERKO GRDIĆ

Klimatske promjene - izazov za turizam

U Republici Hrvatskoj veći se dio turističkih tijekova odvija u ljetnim mjesecima na području Jadranske Hrvatske. Jedan od važnijih turističkih proizvoda je sunce i more gdje su klima i klimatski parametri važni faktori koji definiraju povoljne ili nepovoljne uvjete za tu vrstu proizvoda. Klima je, isto tako jedan od važnijih činitelja izbora destinacije za odmor, a povezana je s dokolicom, utjecajem na zdravlje, turističkim doživljajem i zadovoljstvom.

Jedna od posljedica klimatskih promjena bit će povećanje temperature što bi moglo rezultirati povoljnijim uvjetima za turizam u proljeće i jesen, ali i nepovoljnijim uvjetima ljeti. Porastom temperatura izvan sezone i povećanim brojem noćenja u tom razdoblju mogao bi se ublažiti problem sezonalnosti hrvatskog turizma. No, s druge strane u ljetnim mjesecima bi moglo doći do pada turističkog prometa. Osim povećanja temperature, klimatske promjene donijet će i probleme s porastom temperature i razine mora, smanjenjem količine padalina, smanjenjem snježnog pokrivača, povećanjem frekvencija i intenziteta ekstremnih oluja, povećanjem frekvencija jakih padalina, većeg intenziteta i jačina požara, promjenom u kopnenom i obalnoj biorazličitosti i slično. Kao rješenje te situacije je razvoj onih



oblika turizma koji su otporniji na klimatske promjene i kojima bi se kompenzirali negativni efekti klimatskih promjena. Shvaćajući navedene probleme Republika Hrvatska je u 2019. godini izradila dokument Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu gdje je uključen i turizam kao ranjivi sektor. U dokumentu su predložene razne mjere putem kojih bi

se turizam mogao prilagoditi novim uvjetima poslovanja. Isto tako, u najnovijem dokumentu Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine veliki naglasak se je dao na očuvanju prirodnih resursa, okoliša i klime, pa tako i jedan od četiri strateška cilja glasi Turizam uz očuvani okoliš prostor i klimu. Realizacijom ovog strateškog cilja, koji u sebi uključuje tri prioritetna područja, osigurati će se da razvoj turizma neće negativno djelovati na okoliš.

PROF. DR. SC. CHRISTIAN STIPANOVIĆ

Kakav proizvod želimo u budućnosti?

Hrvatski turizam se nalazi na prekretnici razvoja između izrazito sezonalnog masovnog turizma obalnih destinacija temeljenog na prevazidenom modelu more, sunce, pijesak te konkurentnog i inovativnog turizma prilagođenog potrebama turista budućnosti. Osnovno pitanje je kako transformirati komparativne prednosti temeljene na prirodnim resursima u konkurentne prednosti temeljene na inovativnosti u cilju kreiranja jedinstvenog doživljaja za turista i repozicioniranja hrvatskog turizma (sinergija inoviranja i digitalne transformacije ponude i promocije) u funkciji cjelogodišnjeg i regionalno uravnoteženijeg i otpornog turizma. Imperativ održivog razvoja je afirmacija ekološke, sociokulturalne i ekonomske održivosti u kreiranju nove vrijednosti za turista, ali i poboljšanja kvalitete života domicilnog stanovništva uz zaštitu prirodnih i kulturnih resursa.

U razvoju ponude ključno je strateško promišljanje kako maksimalno valorizirati resurse, zadovoljiti potrebe suvremenog turista (turist kao kokreator ponude) i diversificirati se u odnosu na konkurente. Ponuda mora ići ispred potražnje te proaktivnim marketingom privući potencijalne zahtjevnije i platežno sposobnije



turiste. Mora se prilagoditi svakom turistu pojedinačno kreirajući unikatan doživljaj temeljen na svim osjetilima. Svaka destinacija mora razviti originalnu ponudu u generiranju prednosti prilagođenu zahtjevu novog turista u postpandemijskom razvoju. Ključni specifični oblici turizma u budućnosti hrvatskog turizma su: zdravstveni, enogastronomski, sportski, aktivni (rekreativni), kulturni, seoski (agroturizam), poslovni,

gradski, turizam na rijekama i jezerima, nautički, obalni turizam uvažavajući razinu atraktivnosti i konkurentnosti. Hrvatski turizam mora kreirati integralni turistički proizvod temeljen na kontinuiranom inoviranju i sinergiji specifičnih oblika turizma s naglaskom na afirmaciju autohtonih, tradicijskih vrijednosti i naglašavanje lokalnih vrijednosti nasuprot uniformnoj, stereotipnoj globaliziranoj ponudi.

HOTELSKA KUĆA 2022. ZNANSTVENO-STRUČNA KONFERENCIJA ODRŽAT ĆE SE 21. LISTOPADA 2022.

HOTELIJERSTVO 2.0: Re-Thinking & Re-Inspiring

Organizacijski i programski odbor konferencije okupio je ugledne znanstvenike i hotelske stručnjake iz gospodarstva. Izlaganja svih prihvaćenih recenziranih radova održat će se u okviru sekcija, a radovi će biti objavljeni u zborniku radova

Kriza izazvana koronavirusom primorala je brojne hotelijere da transformiraju svoje poslovanje u kreativnije, brže i odgovornije prema gostima, radnicima i okolini u kojoj djeluju. Ostvarenje »Boljeg turizma za sve« uključuje i ponovno inspiriranje, koje se treba temeljiti na rezultatima »re-thinkinga«. U hrvatskom hotelijerstvu to znači vraćanje povjerenja među mladima i stvaranje želje za radom u hotelima. U tom smislu Hrvatska bi trebala biti svjesna razvoja održivijeg turističkog modela, koji zapošljava lokalnu zajednicu i štiti prirodne resurse. Oni mladi koji žele ostati i žele se vratiti osjećaju snažnu potrebu za promjenama ne samo u smislu novčane kompenzacije za njihov rad već i odnosu prema njihovim psihosocijalnim potrebama.

Problemi koji se sve više očituju odlaskom domaće radne snage i dolaskom strane mogu se svesti pod zajednički termin neodrživosti u smislu globalne ponude turizma. Lokalni/domaći radnici višestruko su korisni za promociju nacionalnog identiteta, jer su i oni sami važan element autohtone lokalne kulture. Hotelijeri bi se trebali osvijestiti da strani radnici, iako jeftiniji, dugoročno nisu bolje rješenje, posebno ako se promatra varijabla iskustvo gosta. Za primjer može poslužiti odnos s domaćim gostom, gdje domaći gost mora poznavati engleski jezik da bi se uspjeli sporazumjeti, što potencijalno dovodi do neugodnog iskustva za gosta. Uvažavajući da gosti danas teže autohtonom, lokalno proizvedenom doživljaju, koji će pamtili i vezati za kraj u kojem je boravio, prioritet lokalizacije rada sve više dolazi do izražaja.

Učenje iz vlastitih grešaka

U ovom momentu na tržištu rada hotelijeri su ovisni o stranim radnicima, a potražnja za njima svake godine sve više raste. Iako je iluzorno očekivati da će domaća radna snaga ikad biti dovoljna za uspješno balansiranje ponude i potražnje za hotelskim



Nika Kurti, Romina Agbaba, Katarina Bosanac, Marko Blažić, Jelena Mrak



uslugama, ponovno inspiriranje mladih na temeljima re-thinkinga potencijal je da se hrvatsko hotelijerstvo odupre kratkoročnoj kadrovskoj politici zapošljavanja stranih radnika. Učenje iz vlastitih grešaka, koje su dovele do prevelike ovisnosti o sezonskoj stranoj radnoj snazi, treba promatrati kao vodič za buduću prilagodbu poslovanja temeljenog na implementaciji

koncepta održivog razvoja.

Osim što na odluku o ostanku/povratku utječe osobnost mlade osobe, odgovornost je zasigurno na poslodavcima, ali i (visoko)školskim ustanovama, koji imaju ulogu pripreme mladih za tržište rada. Prema istraživanjima stručna praksa i odnos s mentorima jedan je od ključnih načina kako smanjiti jaz između očekivanja i percipiranja karijere u hotelima, tu ujedno leži i prilika kako predstaviti hotel radnim mjestom gdje će mlada osoba moći ostvariti svoje životne ciljeve, kako osobne tako i poslovne.

Konferencija Hotelska kuća 2022.

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu ove je godine domaćin i organizator prve po redu znanstveno – stručne konferencije Hotelska kuća 2022. (HK 2022.) koja će se 21. listopada 2022. godine održati u njegovim prostorijama. Konferenciju podržavaju stručne udruge Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) i Nacionalna udruga obiteljskih i malih hotela (NUOMH).

Konferencija ima za cilj istraživačima i stručnjacima omogućiti platformu za razvoj i širenje znanstvenih i stručnih spoznaja iz područja hotelijerstva, sigurnosti i zaštite imovine gostiju, informacijsko-komunikacijske tehnologije, poslovanja svih hotelskih odjela, gastronomije i restoraterstva, obrazovanja i razvoja kadrova, upravljanje marketingom i prodajom te druge istraživačke teme usmjerene na hotelijerstvo.

Organizacijski i programski odbor konferencije okupio je ugledne znanstvenike i hotelske stručnjake iz gospodarstva. Izlaganja svih prihvaćenih recenziranih radova održat će se u okviru sekcija, a radovi će biti objavljeni u zborniku radova. Također, održat će se različite radionice, okrugli stolovi te plenarna predavanja.

IVANA IVANČIĆ

Obrazovanje mladih

Vodeće institucije za edukaciju kadrova u hotelijerstvu većinu edukacijskih programa temelji na praktičnoj nastavi koja se realizira u hotelskim objektima. Riječ je o značajnom postotku stručnog dijela integriranog u nastavni proces, kojim se potvrđuje važnost suradnje edukacijskih institucija i realnog sektora u obrazovanju mladih. U trenutku nedostatka djelatnika u hotelijerstvu, nedovoljnog interesa mladih za zanimanja u ugostiteljskom sektoru, promišljeni koncept inovativne i suvremene stručne prakse, uz dinamičan nastavni proces, može biti izlaz iz tog začaranog kruga. Imati mlade ljude u hotelskom objektu, kojima se putem istinskog i posvećenog mentoriranja može približiti struka, potaknuti želja za radom u hotelijerstvu, inicirati aktivno i kreativno razmišljanje veliki je privilegij i prilika za bolje sutra. Samo ulaganjem u znanje generacija koje dolaze može se redizajnirati budućnost hrvatskog hotelijerstva.

DANIEL DRAGIČEVIĆ

Izazovi eksternih šokova

U okviru ugostiteljske djelatnosti hoteli predstavljaju sektor velikoga gospodarskog potencijala. Ovu tvrdnju potkrepljuje činjenica da je u prosjeku u posljednjih 30 godina hrvatsko hotelijerstvo generiralo više od 50% prihoda ugostiteljske djelatnosti, od čega su hoteli realizirali 90% ukupnih prihoda hotelijerstva, a sami čine svega 25% ukupnih smještajnih kapaciteta ugostiteljstva. Izazovi eksternih šokova (sigurnosna nestabilnost, pandemija, inflatorni pritisci, geopolitičko preslagivanje itd.) nameću potrebu brzih promjena u načinu poslovanja. Konkurentska prednost ostvaruje se primjenom zelenih inicijativa i tehnologija koje podržavaju koncept održivosti. Prepoznatljivost i kvalitetu na tržištu, kao i uvijek, a danas posebno, valja graditi na visoko stručnim, educiranim i motiviranim djelatnicima.

MAJA ŠIMUNIĆ

Održivost planiranja

Važnost proaktivnog pristupa prodaji temelj je današnjeg uspješnog punjenja hotela, uz konkurenciju koja rapidno raste. Poznavanje konkurencije, destinacije i aktualnih trendova hotelske prodaje nužno je za ostvarivanje prihoda i uspješno planiranje segmentacije gostiju. Održivost planiranja oslikava se na sinergiju sustava turističkih zajednica, hotela i svih dionika u destinaciji u svrhu razvoja turističkog proizvoda regije putem otvaranja novih tržišta (aviogosti). Društvene mreže i influenceri novi su marketinški hit, koji otvara nove poglede na promociju hotela i destinacije, te je razvojem tehnologije gost sve dostupniji. Proaktivna prodaja, uz sav tehnološki napredak, postaje sve zabavnija i dinamičnija!

DARIO KINKELA

Novi koncepti ponude hrane i pića u hotelu

Suvremena hotelska ponuda sve više se udaljava od standardnog pružanja osnovnih usluga (smještaj, prehrana, bazen, plaža...) i često razina kvalitete tih usluga premašuje broj zvjezdica koje hotel nosi. Aktualni trendovi usmjeravaju hotele u specifične tržišne segmente u kojima mogu ostvariti izvanredne rezultate te opravdati izvršena ulaganja. U tom smislu inovativni koncepti u hrani i piću, s naglaskom na održivost, postaju neizostavni dio tih usluga koje »čine razliku«.



Doc. dr. sc. Marina Laškarić Ažić – predsjednica programskog odbora konferencije i doc. dr. sc. Krešimir Mikinac – predsjednik organizacijskog odbora konferencija