

PROF. DR. SC. SANDRA JANKOVIĆ Nova dekanica Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Naše studijske programe uskladiti s potrebama tržišta

Jedan od prvih zadataka bit će pokretanje studija na engleskom jeziku, a želja je i da postanemo međunarodni centar ljetnih škola. Naglasak će biti na podizanju kvalitete nastave i znanstveno-istraživačkog rada, ali i većoj suradnji s gospodarstvom te ćemo osnovati Centar za karijere, kako bismo pratili zapošljivost studenata i razvijali dijalog s poslodavcima

Marina KIRIGIN

Prof. dr. sc. Sandra Janković nova je dekanica Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. Ove jeseni preuzela je vođenje ove ustanove riječkog Sveučilišta smještene u Iki od dotadašnje dekanice Dore Smolčić Jurdana. Janković na fakultetu u Opatiji radi već 26 godina, predaje kolegije iz područja menadžerskog računovodstva i upravljanja prihodima. Diplomirala je i magistrirala u Opatiji, dok je doktorat stekla na Ekonomskom sveučilištu u Beču. Dosad je obnašala funkciju prodekanice za međunarodnu suradnju te bila pomoćnica dekana za međunarodne studije. Ove godine odlučila se kandidirati za dekana te je u lipnju dobila za to podršku kolektiva i studenata. Jedan od njezinih javnosti prepoznatljivih projekata je Benchmarking hrvatskog hotelijerstva koji okuplja u Hrvatskoj više od 250 subjekata u turizmu.

- Vizija Fakulteta je biti lider visokog obrazovanja, znanstvenog i stručnog istraživanja u području turizma, ugostiteljstva i održivog razvoja u Hrvatskoj i široj regiji. Kako bismo to realizirali, moramo konstantno podizati ljestvicu kvalitete, ali i raditi na internacionalizaciji Fakulteta te privlačenju stranih studenata. Stoga će jedan od prvih zadataka biti i pokretanje studija na engleskom jeziku. Osim toga, a uzimajući u obzir našu jedinstvenu lokaciju, želja mi je da postanemo i međunarodni centar ljetnih škola.

Ovu situaciju djelatnici u turizmu trebali bi iskoristiti za ulaganja u svoje znanje, stjecanje nekih novih kompetencija i vještina, kako bi bili konkurentniji i kompetitivniji. Jer postoji samo jedna stvar koja je, dugoročno gledano, skuplja od obrazovanja, a to je: ne obrazovati se!

Naglasak će svakako biti na podizanju kvalitete nastave i znanstveno-istraživačkog rada, ali i većoj suradnji s gospodarstvom. Naše studijske programe moramo razvijati u skladu s potrebama tržišta rada. Naime, kroz svoje obrazovne i istraživačke aktivnosti Fakultet mora kontinuirano doprinosti razvoju turističko-hotelskog gospodarstva. Uz nastavu i istraživanje, suradnja s gospodarstvom, kao i njihovi stavovi i mišljenja o kompetencijama diplomanata te o ishodima učenja naših programa, jako su nam bitni. S tim u vezi planiramo uskoro osnovati Centar za karijere koji će biti integriran s centrom za stručnu praksu te voditi brigu o zapošljivosti diplomanata i biti direktno povezan sa stručnim bazama, odnosno svim potencijalnim poslodavcima u turizmu i hotelijerstvu. Stalno praćenje zapošljivosti studenata te razvijanje dijaloga s poslodavcima bit će jedan od zadataka Fakulteta u predstojećem mandatu od tri godine.

Laboratorij za inovacije

Pri tome, poseban naglasak u mojem mandatu razdoblju bit će osnivanje tzv. *eTurizam lab* koji će nuditi globalnu

izvršnost u području *eTurizma* u najširem mogućem smislu: uključujući *eHospitality*, *eCatering/Food*, *eTravel*, *eTransport*. Iz ovog *Lab* trebaju izaći istraživanja o utjecaju društvenih medija u turizmu, online reputaciji svih subjekata u turizmu (hotela, restorana, kampova, marina, ...), on mora biti izvor za kreiranje proširene stvarnosti i gamifikaciju. Mora sadržavati najnovije digitalne instrumente, kao i svu najnoviju tehnologiju koju danas primjenjuju hoteli, a kako bi omogućili studentima i nastavnicima da budu u korak s vremenom. Naime, studenti moraju osmišljavati nove inovativne turističke proizvode stvarajući zajedno sa svojim nastavnicima živući

laboratorij za inovacije u digitalnom turizmu. Jedan od segmenata ovog *eTurizam lab* je *eHospitality lab* koji mora posjedovati kompletan *Property Management System* hotela sa svim modulima poslovanja i najnovijim tehnologijama. *FMTU eTurizam lab* težiti će da postane istraživački centar globalne izvršnosti te biti osnova za implementaciju povezivanja obrazovanja i znanosti – govori nova dekanica *FMTU*-a o prvim koracima, željama i idejama za ustanovu koju će voditi idućih godina.

Koji su izazovi s kojima se susrećete u provođenju planiranih akademskih programa u ovo doba pandemije koronavirusa?

- Izazovi svakako postoje u kontekstu provođenja planiranih aktivnosti, a s obzirom na COVID-19. U vrlo kratkom razdoblju prešli smo na online nastavu i online ispitivanje, to ima svakako svojih prednosti, ali ima i nekih nedostataka, posebno u obrazovanju u turizmu. Idealno bi bilo kada bismo mogli imati kombinaciju online i rada na fakultetu, tzv. hibridni model. Naime, online nastava će, pored fizičkog distanciranja studenata, imati negativan utjecaj na timski rad, ali i na razvoj njihovih mekih vještina kao što su prilagodljivost, kreativnost, komunikativnost, sposobnost rješavanja problema u timu, mogućnost uvjeravanja i slično, koje su danas sve više tražene na tržištu rada. Svjesni navedenih čimbenika, profesori će morati prilagodavati metode rada novim uvjetima, ali i generacijama studenata. Tu je i problem s provođenjem stručne prakse koja je inače predviđena od ožujka do svibnja. Osim COVID-a, izazov vidim i generalno u prilagodavanju načina poučavanja novih generacija studenata. Naime, moramo biti svjesni da dolazi do velikih promjena navika studenata, odnosno njihovih očekivanja i ponašanja. Navike Z generacije uvelike se razlikuju od onih prethodnih. Njihov imperativ je internacionalizacija,

Danas je u svijetu trend da upravo neriješena pitanja praktičara, odnosno inovacije u poslovanju, kao i inovativna rješenja dolaze od mladih djelatnika, neopterećenih svakodnevnim poslovnim problemima

korištenje IKT-a, razvijanje praktičnih kompetencija te potpuno drukčiji načini učenja. Stoga metode poučavanja, ali i načine vrednovanja znanja, odnosno ispitivanja, moramo mijenjati i prilagodavati. U tom kontekstu razvoj Fakulteta treba temeljiti na snažnoj povezanosti znanosti i obrazovanja te na konceptu obrazovanja usmjerenog na studente, a u skladu s međunarodnim, najboljim studijskim programima iz turizma i ugostiteljstva.

Cjeloživotno obrazovanje

Koliko je važno ulagati u edukaciju kadrova u turizmu?

- Ovu situaciju djelatnici u turizmu trebali bi iskoristiti za ulaganja u svoje znanje, stjecanje nekih novih kompetencija i vještina, a kako bi bili konkurentniji i kompetitivniji. Jer, postoji samo jedna stvar koja je, dugoročno gledano, skuplja od obrazovanja, a to je: ne obrazovati se! Mi u tom kontekstu nudimo čitav niz programa cjeloživotnog obrazovanja, koji će također uskoro krenuti online, ali i

Mi danas poučavamo Z generaciju čiji je svijet prožet kompjutorima, mobitelima i društvenim mrežama. Tim mladim ljudima treba dati priliku još za vrijeme studija da se okušaju u rješavanju problema i kreiranju novih proizvoda i usluga

diplomske studije koji uvijek mogu biti interesantni za neke uže specijalizacije. Standardi u ugostiteljstvu su se promijenili, masovnosti više nema, njeguje se individualni pristup, za koji je upitna dugoročna financijska sigurnost. Rješenje je svakako u osmišljavanju novih, inovativnih pristupa i proizvoda u turizmu, kako u segmentu selektivnih oblika turizma (posebno kulturni, zdravstveni, gastro), tako i u segmentu novih poslovnih modela, komunikaciji s tržištem, s naglaskom na novim, inovativnim promotivnim i prodajnim aktivnostima. A da bismo to znali, moramo se educirati. Moramo biti svjesni da mi danas poučavamo Z generaciju koja je odrasla uz modernu tehnologiju i inovacije i koja bi se na tržištu rada trebala snaći puno brže nego što je to bio slučaj s prethodnim generacijama. To su generacije koje će, s obzirom na svoju informatičku pismenost, uz pomoć tehnologija svijet oblikovati onako kako oni žele. Njihov je svijet prožet kompjutorima, mobitelima i društvenim mrežama, ali za razliku od milenijalaca, oni su svjesni recesija i financijski su puno oprezniji, no otvoreni su, kreativni, znatiželjni i ambiciozni te tolerantni prema različitostima. Upravo oni mogu kreirati nove turističke proizvode i usluge koje će biti u skladu s novim tehnologijama, održivim razvojem te zahtjevima novih generacija turista. Iz tog razloga turističko-hotelsko gospodarstvo, kao i lokalna uprava, moraju shvatiti da trebaju te generacije kako bi bili i ostali konkurentni na tržištu. To je ujedno i zadatak Fakulteta: tim mladim ljudima treba dati priliku još za vrijeme studija da se okušaju u rješavanju problema i kreiranju novih proizvoda i usluga. Danas je naime u svijetu trend da upravo neriješena pitanja praktičara, odnosno inovacije u poslovanju, kao i inovativna rješenja, dolaze od mladih djelatnika, neopterećenih svakodnevnim poslovnim problemima. Osim stručnih kompetencija koje treba redovito razvijati i usavršavati, ne smijemo zaboraviti i na one meke, tzv. *soft skills*. Posjedovati i emocionalnu inteligenciju, učinkovito djelovati u različitim timovima, kreativnost, inovativnost,



Sandra Janković, nova dekanica FMTU-a u Iki



OPATIJSKA PORUKA MIRA I VJERE U BOLJU BUDUĆNOST

OPATIJA ▶ Svečano i dostojanstveno, uz simbolično paljenje svijeća, sinoć je u Opatiji ispred tržnice obilježen Dan sjećanja na stradanje Vukovara i Škabrnje. Uslijed pandemije koronavirusa, svečanost je prema preporuci organizato-

ra, Udruge dragovoljaca i veterana Domovinskog rata, ogranak Opatija, organizirana uz ograničen broj sudionika. Nazočne su pozdravili predsjednik UDVD-a Marko Lovretić i zamjenik opatijskog gradonačelnika Emil Priski, a kome-

moraciju je uvećao i Zastavni vod opatijskog UDVD-a. Uz hrvatsku himnu i odavanje počasti poginulima tijekom Domovinskog rata minutom šutnje, iz Opatije je odaslana poruka mira i vjere u bolju budućnost. (A.K.I.)

posjetiteljstvu u Iki

moramo biti svjesni da dolazi do velikih promjena navika studenata. Navike Z generacije uvelike se razlikuju od onih prethodnih. Njihov imperativ je internacionalizacija, korištenje IKT-a, razvijanje praktičnih kompetencija... Stoga metode poučavanja i načine vrednovanja znanja moramo mijenjati i prilagođavati

Potencijalni pad broja domaćih studenata zamijeniti stranim

Hoće li pandemija utjecati na interes mladih za rad u turizmu?

- Činjenica da je do sada turizam kod nas generirao gotovo petinu bruto društvenog proizvoda, ostvarujući 12 milijardi eura prihoda, zasigurno će u ovoj, a i u godinama pred nama ostaviti značajan negativan trag na razvoj hrvatskoga gospodarstva. Osim toga, nažalost, posljednjih godina u Hrvatskoj bilježi se trend opadanja broja studenata, uglavnom zbog demografskih i ekonomskih trendova. Daljnji nastavak depopulacije te odljev maturanata izvan Hrvatske rezultirat će manjim brojem studenata. Istovremeno, svjetski poznate visokoškolske institucije iz područja turizma i hotelijerstva posljednjih godina također bilježe pad broja studenata (posebno u domeni menadžmenta u hotelijerstvu) te se intenzivno okreću azijskom tržištu, kako bi održali planirani broj studenata i osigurali financijsku stabilnost. To se odnosi kako na fakultete u Europi, tako i na fakultete u SAD-u i mnogi od njih su već najavili iduću cijelu akademsku godinu isključivo online nastavu. Stoga je za očekivati da će doći do laganog pada broja studenata i kod nas. No upravo iz tog razloga moramo biti jači i bolji od svojih konkurenata, podizati ljestvicu kvalitete, razvijati programe sa stranim partnerima, promovirati se u inozemstvu te potencijalni pad domaćih zamijeniti stranim studentima.

sposobnost kritičkog i analitičkog razmišljanja, etično prosuđivanje i društvena odgovornost, digitalne kompetencije, ali i za naše područje vrlo važna gostoljubivost... I to su vještine na kojima treba raditi i koje treba razvijati.

Krizna kao izazov

Kakve će biti posljedice ove sada krizne situacije? Kako će ona utjecati na poslovanje turističkoga gospodarstva i kvalitetu, investicije i sadržaj usluge?

- U krizi se obično otkriju svi nedostaci, no svaku krizu treba promatrati kao izazov, stoga u vremenu koje je pred nama treba otkrivati nove prilike za razvoj odgovornog i održivog turizma, te nuditi nove, autentične priče i na njima graditi inovativne turističke proizvode. Konačno bi bilo vrijeme i da zaživi priča zelene i plave Hrvatske te da se kroz turizam plasira puno više domaćih proizvoda, ekološki uzgojenih, ali i na tržištu cjenovno konkurentnih. Vjerujem da će to biti šansa za velik broj postojećih, ali i otvaranje novih OPG-ova koji će upravo kroz nove oblike razvoja turizma imati priliku plasirati svoje proizvode. Podaci nam već pokazuju da su najveći gubitnici upravo oni hoteli koji su u pred i posezoni bili okrenuti MICE - segmentu, budući da je ovaj segment gotovo pa nestao i očito je da će proći puno vremena do njegovog financijskog oporavka. Iz tog razloga, a temeljem podataka u okviru Benchmarking projekta, podaci o poslovanju

“Moramo biti svjesni da dolazi do velikih promjena navika studenata. Navike Z generacije uvelike se razlikuju od onih prethodnih. Njihov imperativ je internacionalizacija, korištenje IKT-a, razvijanje praktičnih kompetencija... Stoga metode poučavanja i načine vrednovanja znanja moramo mijenjati i prilagođavati

hotela za kumulativni period od prvih pet mjeseci u 2020. godini su poražavajući: iskorištenost kapaciteta iznosi svega 4 posto (u 2019. je iznosila 33 posto); prosječna cijena sobe (ADR) je ostala na istoj razini – 68 eura, no ostvareni dnevni prihod od smještaja po raspoloživoj sobi (RevPAR) iznosi svega 2,5 eura, dok je u 2019. u istom razdoblju iznosio 21 euro. Ukupan poslovni prihod (dakle, uključuje i prihode hrane i pića, najma i ostalih usluga - TRevPAR) iznosi u ovoj godini za prvih pet mjeseci 5,6 eura po sobi, dok je u 2019. iznosio 36 eura. Dakle, brojevi pokazuju da su rezultati lošiji i do 90%, odnosno da je ostvareno svega 10-15 posto rezultata protekle godine.

U Hrvatskom muzeju turizma otvorena zanimljiva izložba



Izložba »Promotori turizma iz poštanske torbe«

Slikovne dopisnice prvi promotori turizma

Na izložbi su predstavljene slikovne dopisnice i povijest njihova nastanka. One su nekad služile ne samo za dopisivanje, već i kao svojevrsna turistička reklama određenog kraja

OPATIJA ▶ Protok informacija u današnje je vrijeme abnormalno brz te se kvalitetna turistička promocija obavlja gotovo uvijek preko interneta. Nekad je to bilo nešto jednostavnije, ali opet efektivno. U tu nas priču uvodi izložba »Promotori turizma iz poštanske torbe« koja je otvorena u Hrvatskom muzeju turizma u Opatiji. Otvorenju izložbe je prisustvovalo tridesetak posjetitelja kojima su se obratili ravnateljica muzeja Mirjana Kos, autor teksta i izložbe Jan-Bernd Urban, zamjenik gradonačelnika Opatije Emil Priski i zamjenica ministricice turizma i sporta Monika Udovičić. Na izložbi su predstavljene slikovne dopisnice i povijest njihova nastanka. One su nekad služile ne samo za dopisivanje, već i kao svojevrsna turistička reklama određenog kraja.

Izum iz 1869.

- Nekad su se ljudi dopisivali uz pomoć pisama, a jedan je lucidni Austrijanac, dr. Emmanuel Herman, odlučio to učiniti praktičnijim te je došao na ideju dopisnice, izuma koji je 1869. godine izazvao mali šok jer je ono što je kuverta skrivala, dopisnica javno pokazala pa je pošta ispod njih uvijek otkrivala da ne odgovara za njihov sadržaj. Dopisnice su omogućavale jednostavniju komunikaciju, ali ljudi kada dobiju komadić papira, počnu po njemu crtati i šarati, pa je malo po malo na prvi pogled dosadna dopisnica počela dobivati sve interesantniji sadržaj... U



S otvorenja izložbe u Villi Angiolini



Posjetiteljima na uvid iznimno vrijedna kolekcija

Brazilu su se potom počele izdavati ilustrativne dopisnice, a nakon njih izumljene su razglednice. Nedugo nakon, došlo je do spajanja forme razglednice i dopisnice te je došlo do stvaranja slikovnih dopisnica. Slikovne dopisnice koje su se ciljano tiskale za svrhu promocije nastale su 1923. godine, a one s turističkom porukom lukavo su

1923.

godine nastale su slikovne dopisnice koje su se ciljano tiskale u svrhu promocije

počeli koristiti Švicarci, pa potom Nijemci i Austrijanci...

Kraljevina Jugoslavija tridesetih je godina prošlog stoljeća otkrila slikovnu dopisnicu i njezine mogućnosti te je potom u novoj Jugoslaviji s frankaturom Josipa Broza Tita krenulo dalje korištenje slikovnih dopisnica. U bivšoj Jugoslaviji izašlo je 2.400 različitih motiva, a na ovoj je izložbi prikazan jedan, ali značajan dio koji prikazuje turističke ljepote i mogućnosti turizma naše zemlje. Ponosan sam što Hrvatski muzej turizma posjeduje ovu iznimno vrijednu kolekciju slikovnih dopisnica – ispričao je Jan-Bernd Urban te tako posjetitelje uveo u izložbu.

“Ponosan sam što Hrvatski muzej turizma posjeduje ovu iznimno vrijednu kolekciju slikovnih dopisnica

Jan-Bernd Urban

Zamjenik gradonačelnika Emil Priski s publikom je također podijelio nekoliko riječi te je podsjetio građane kako će ubrzo započeti najavljen restauracija Ville Angioline koja će trajati otprilike godinu dana, nakon čega će joj se ponovo vratiti funkcija Hrvatskog muzeja turizma.

Najprimjerenije mjesto

- Mislim da nema primjerenijeg mjesta u kojem bi se ovaj muzej trebao nalaziti nego što je to Opatija. Također nema ni primjerenije zgrade u kojoj bi se ovaj muzej trebao nalaziti do li je to Villa Angiolina, ali također, nema ni primjerenijeg muzeja u kojem bi se upravo ova izložba trebala prezentirati javnosti, nego li je to ovaj Hrvatski muzej turizma... Kako stoji na web stranicama muzeja, svi smo mi putnici, naše putovanje se nastavlja neovisno o kojem putovanju govorimo, je li ono životno ili turističko, putovanja se moraju nastaviti, a turizam će uspjeti preživjeti ovo razdoblje, imali smo izuzetno zahtjevnju godinu – rekla je zamjenica ministricice Monika Udovičić, prenijevši pozdrave premijera Andreja Plenkovića i ministricice turizma i sporta Nikoline Brnjac. **M. ŠUMBERAC**