

## MANIFEST ZA DVIG PRIVLAČNOSTI DELA V TURIZMU

### »TURIZEM JE PRILOŽNOST!«

Namen manifesta je dvigniti privlačnost dela v slovenskem turizmu, spodbuditi turistične deležnike h krepitvi in ustvarjanju ugleda panoge za razvoj poslovne kariere in oblikovanje kakovostnega delovnega okolja. Turizem kot dinamična gospodarska panoga ponuja edinstvene možnosti za osebni in poklicni razvoj, zato želimo spodbuditi mlade k prepoznavanju teh priložnosti. Posamezni deležniki težko vplivajo na dejavnike, ki ustvarjajo ugled turizma kot zaposlovalca. Z izmenjavo znanja, dobrih praks in s sodelovanjem lahko dosežemo, da turizem postane dejavnost, kjer mladi vidijo perspektivo za svoje osebno in poklicno udejstvovanje ter razvoj.

Turizem je eden od ključnih stebrov trajnostnega gospodarskega razvoja, ki povezuje lokalne skupnosti, ohranja kulturno dediščino in ustvarja priložnosti za globalno prepoznavnost. S skrbjo za kakovostno delovno okolje spodbujamo lokalno zaposlovanje, krepimo gospodarsko odpornost države in zmanjšujemo odvisnost od globalnih ekonomskih tokov, ki so lahko nestanovitni in netrajnostni.

**Strategija slovenskega turizma usmerja naše delovanje.** V obstoječi strategiji razvoja slovenskega turizma je zapisano, da so za doseganje višje kakovosti storitev in dodane vrednosti ključni človeški viri na vseh področjih dejavnosti. Človeški viri so ozko grlo nadaljnega razvoja turizma, njihove veščine in inovativnost pa ključne za doseganje višje kakovosti storitev in dodane vrednosti. Zaradi podpovprečnih plač, zahtevnih delovnih pogojev in sezonskega značaja se panoga sooča z odlivom kadrov v druge dejavnosti in tujino, vpis mladih v gostinsko-turistična izobraževanja nazaduje, kompetence diplomantov gostinskih in turističnih izobraževalnih programov kakor tudi obstoječih zaposlenih ne sledijo pričakovanemu dvigu kakovosti storitev in sodobnim trendom. Avtorji strategije ocenjujejo, da priliv mladih iz izobraževalnega sistema pokriva le 10 do 20 % potreb na trgu dela. Podjetja v določenih destinacijah so dodatno obremenjena z neugodno demografsko sliko, vrzel zapolnjujejo z najemanjem začasne študentske in tuje delovne sile, kar ne zagotavlja ustrezne

stabilnosti, trajnosti in napredka v panogi. Turistična panoga po drugi strani nudi raznovrstne zaposlitvene priložnosti, od enostavnejših do strokovno zahtevnih in managerskih (Strategija slovenskega turizma 2022–28, SST, str. 60).

Po kazalniku števila zaposlenih v celotnem gostinstvu (I) je Slovenija z vrednostjo 14 zaposlenih v gostinstvu na 1.000 prebivalcev s podobnimi državami in pokrajinami prav tako dva do trikrat nižje. Med drugim je tudi to eden od razlogov za doseganje nižje dodane vrednosti in prihodkov iz naslova turizma – ob tem, da je tudi produktivnost dela v Sloveniji veliko nižja od primerjanih držav. Med ključne izzive razvoja slovenskega turizma sodi izziv zadostnega obsega izobraženega, usposobljenega in kompetentnega kadra na operativnem področju gostinstva in turizma. Vzroki za pomanjkanje vpisov v poklicne in strokovne programe izobraževanja v gostinstvu in turizmu so – med drugimi sistemskimi vzroki – tudi pomanjkanje poudarkov usposobljenosti in izobraževanja za uspešnost slovenskega turizma s strani ključnih odločevalcev v slovenskem turizmu, pomanjkanje izpostavljanja pomena tega področja v turističnem sistemu in posledično znižanje prodornosti ter morda tudi kompetenc in zaupanja do izobraževalnih ustanov na področju turizma in gostinstva (Strategija slovenskega turizma 2022–28, SST, str. 42).

**Avtorji strategije menijo, da bi bilo zelo priporočljivo zastaviti poseben intenzivni program oziroma »agendo za kakovost in uspeh turizma skozi znanje, usposobljenost in vrhunske spretnosti«, podprto s promocijsko medijsko kampanjo.** Akcija bi morala zajeti celotno vertikalo in se usmeriti v dvigovanje ugleda poklica in tudi v usposabljanje, dvig kompetenc in ugleda izobraževalnega kadra in izobraževalnih ustanov na področju turizma in gostinstva v Sloveniji (s poudarkom na področju strokovnega, poklicnega in srednješolskega izobraževanja) in niza številnih specialističnih praktičnih usposabljanj v slovenskem gostinstvu in turizmu (SST 2022–28, str. 42).

Razvoj kakovostnega delovnega okolja za zaposlene v slovenskem turizmu ni le odgovornost posameznih deležnikov, temveč skupni cilj, ki vodi v odporen in konkurenčen razvoj turizma. Da bi ohranili konkurenčnost, privabili talente, udeležili usmeritve Strategije slovenskega turizma in ustvarili boljše pogoje za delo v turizmu, smo izobraževalne institucije, v sodelovanju s predstavniki turističnega gospodarstva, oblikovale ta manifest, ki se osredotoča na trajnostno izboljšanje privlačnosti turizma kot panoge za razvoj osebne in poklicne kariere.

**Pomen in kakovost delovnih mest v turizmu.** Pomen turizma in zaposlovanja v tej dejavnosti, tako v razvitih državah kot državah v razvoju, izkazujemo s podatki, da so dejavnosti, povezane s potovanji in turizmom, leta 2019 predstavljale 10,5 % vseh delovnih mest (334 milijonov) in 10,4 % svetovnega BDP (10,3 bilijona USD). Medtem je poraba mednarodnih obiskovalcev leta 2019 znašala 1,91 bilijona ameriških dolarjev. Zadnja letna raziskava WTTC (WTTC, 2024) kaže:

- Leta 2023 je sektor potovanj in turizma prispeval 9,1 % k svetovnemu BDP; povečanje za 23,2 % glede na leto 2022 in le 4,1 % pod ravno iz leta 2019.
- Leta 2023 je bilo 27 milijonov novih delovnih mest, kar predstavlja 9,1-odstotno rast v primerjavi z letom 2022 in le 1,4 % pod ravno iz leta 2019.
- Poraba domačih obiskovalcev se je v letu 2023 povečala za 18,1 % in tako preseгла raven iz leta 2019.
- Poraba mednarodnih obiskovalcev je leta 2023 zabeležila skok za 33,1 %, vendar je ostala za 14,4 % nižja kot v letu 2019.

Po podatkih WTTC (2024) je bil v Sloveniji v letu 2023 delež turizma v BDP 9,8 % in kar 10,3 % vseh zaposlenih je bilo zaposlenih v turizmu. Prispevek turizma in obseg delovnih mest sta nedvomno velika, medtem ko je kakovost mnogih od teh delovnih mest zelo zaskrbljujoča. Kljub retoriki politikov in gospodarstva, da so ljudje najpomembnejše bogastvo turistične panoge, mnogi še vedno nis(m)o prepričani, da takšno mnenje potrjujejo empirični dokazi oziroma prakse ravnanja s človeškimi viri.

**Zaposleni ustvarjajo dodano vrednost, ki je v slovenskem turizmu nizka.** Ob vseh razlogih, zakaj želimo napredek na področju ravnanja s človeškimi viri, je neizpodbitno dejstvo, da brez zaposlenih ni dodane vrednosti v turizmu. Brez znanja ni dodane vrednosti. Brez dodane vrednosti ni dobička in brez dobička ni razvoja. Problem nizke dodane vrednosti v slovenskem turizmu je posledica več dejavnikov, med katerimi izstopajo osredotočenost na osnovne turistične storitve, ki pogosto ne zadostijo pričakovanjem zahtevnejših turistov, izrazita sezonskost v nekaterih destinacijah, ki omejuje enakomerno ustvarjanje prihodkov skozi celo leto, in pomanjkanje investicij v osnovna sredstva, v inovativne produkte, sodobno infrastrukturo ter digitalne rešitve, ki bi lahko izboljšale kakovost in učinkovitost turističnega sektorja. Poleg tega so številne destinacije obremenjene z nizkimi standardi zaposlovanja, kot so nizke plače, omejene možnosti za napredovanje in pomanjkanje usposabljanj, kar otežuje privabljanje in zadrževanje kakovostnega kadra, ki bi lahko prispeval k izboljšanju kakovosti

storitev in posledično boljšim poslovnim rezultatom. Za premagovanje teh izzivov je potrebno celovito vlaganje v znanje, predvsem v razvoj inovativnih in visokokakovostnih turističnih produktov, ki temeljijo na personaliziranih doživetjih, vrhunskih storitvah in trajnostnih praksah, ter krepitev usposabljanja in motivacije zaposlenih, da bi izboljšali kakovost storitev in povečali njihovo dodano vrednost.

**Zaposleni so sestavni del turistične ponudbe.** Zaposleni v turizmu imajo ključno vlogo pri oblikovanju in zagotavljanju celotne izkušnje obiskovalcev in turistov, saj njihova strokovnost, gostoljubnost in prijaznost neposredno vplivajo na zadovoljstvo turistov. Poleg tega zaposleni v turizmu igrajo pomembno vlogo pri ohranjanju in promociji lokalne kulturne dediščine, saj obiskovalcem posredujejo zgodbe, običaje in posebnosti kraja, hkrati pa spodbujajo trajnostni razvoj z uvajanjem okolju prijaznih praks, kot so zmanjševanje odpadkov, ekoturizem in odgovorno ravnanje z naravnimi viri. Njihova kreativnost in inovativnost prispevata k oblikovanju novih produktov in storitev, kar krepi konkurenčnost destinacije na globalnem trgu. Zaposleni so tudi pomemben člen pri krepitvi lokalne skupnosti, saj njihovo delo spodbuja lokalno ekonomijo in sodelovanje med različnimi sektorji. Obenem so njihov odnos, znanje in motivacija ključni za gradnjo dolgoročnih odnosov s turisti, kar vodi do ponovnih obiskov in pozitivnih priporočil, ki so temelj trajnostnega razvoja turizma. Del kadrov (npr. lastniki, managerji) v turizmu zagotavlja osnovno infrastrukturo, vendar je učinkovita in uspešna raba te infrastrukture v celoti odvisna od kadrov v celotni strukturi operativnih procesov. Brez motiviranega in ustrezno podprtega kadra še tako privlačna in napredna infrastruktura ne dosega višanja dodane vrednosti podjetja.

**Plača ni edini dejavnik zadovoljstva zaposlenih in privlačnosti zaposlovanja v turizmu.** Zadovoljstvo zaposlenih v turizmu je rezultat številnih medsebojno povezanih dejavnikov, ki vključujejo delovne razmere, kot so varnost in udobje na delovnem mestu, uravnotežen delovni čas ter preprečevanje izgorelosti, pošteno ter konkurenčno plačilo, ki odraža prispevek zaposlenih. Prav tako so pomembne možnosti za karierno napredovanje, kjer zaposleni čutijo, da imajo jasne poti za razvoj, skupaj z vlaganjem podjetja v njihovo izobraževanje in usposabljanje na področjih, kot so jeziki, tehnologije in trajnostni razvoj. H ključnim dejavnikom spadajo tudi odnosi z nadrejenimi, ki morajo temeljiti na spoštovanju, podpori in vključevanju zaposlenih v procese odločanja, ter pozitivni medosebni odnosi s sodelavci, ki

spodbujajo timsko delo in dobro delovno vzdušje. Zunanji vplivi, kot so ugled podjetja, družbena odgovornost ter trajnostne prakse, močno vplivajo na občutek ponosa zaposlenih. Kulturni in družbeni vplivi, vključno z odnosom lokalnega okolja do turističnega sektorja, ter dostopnost do ugodnosti, kot so stanovanja in prevoz, ustvarjajo dodatne pogoje za zadovoljstvo zaposlenih. Na širši ravni nanje vplivajo tudi gospodarske razmere, saj inflacija in splošna gospodarska stabilnost določata njihovo kupno moč ter občutek varnosti. Nenazadnje imajo tudi psihološki dejavniki pomembno vlogo: občutek pripadnosti podjetju, prepoznavnost njihovega dela, osebno zadovoljstvo, možnost izražanja ustvarjalnosti in samostojnosti ter zavedanje, da prispevajo k pozitivnim izkušnjam gostov, krepijo njihov motivacijski odnos do dela.

**Te komponente skupaj ustvarjajo okolje, kjer lahko zaposleni v turizmu dosegajo svoje potenciale. Samo takšno okolje privlači mlade talente.**

## **1. Vizija**

**Vizija podpisnikov manifesta je spodbujati dvig privlačnosti dela in si prizadevati za dvig znanja in kompetenc v turizmu. To bomo dosegli s kakovostnim sodelovanjem deležnikov pri izvedbi raznovrstnih aktivnostih in zagotovili rast zmogljivosti Slovenije pri zagotavljanju ustrezne delovne sile v panogi turizma.**

Trudili se bomo, da bodo mladi radi delali v turizmu, saj jim bo delo v turizmu omogočalo delovanje v mednarodnem okolju in možnost potovanj, prispevalo k družbeno odgovornemu delovanju, ponujalo številne zanimive poslovne izzive ter pomagalo pri osebnem in poklicnem razvoju. Na ravni delodajalcev bomo spodbujali ponudbo tehnološko podprtih delovnih mest, dvig družbene odgovornosti zaposlenih, zagotavljanje raznolike, privlačne in finančno stabilne kariere.

## **2. Glavni cilji**

### **1. Izobraževanje za prihodnost turizma**

- Posodobiti in prilagoditi izobraževalne programe sodobnim potrebam turizma.
- Poudariti trajnost, digitalne veščine, inovacije in osebni razvoj kot ključne kompetence.

- Spodbujati vseživljenjsko učenje in poklicno usposabljanje zaposlenih.

## 2. Spodbujanje privlačnosti poklicev v turizmu

- Oblikovati kampanje, ki poudarjajo karierne priložnosti in pomen zaposlenih v turizmu.
- Povezati mlade s sektorjem prek praktičnega usposabljanja, vajeništev in mentorstva.

## 3. Krepitev partnerstva med turistično panogo in izobraževalnimi inštitucijami

- Razviti močnejše povezave med šolami, univerzami in delodajalci.
- Spodbujati sooblikovanje učnih načrtov, ki vključujejo realne izzive in priložnosti.
- Spodbujati gostovanja izobraževalcev in raziskovalcev v podjetjih ter gostovanja uspešnih vodij pri izvajanju izobraževalnih programov.

## 4. Izboljšanje delovnih pogojev in možnosti za napredovanje

- Promovirati navdihujoče prakse ravnanja s človeškimi viri, predvsem dobre delovne pogoje, konkurenčne plače in fleksibilne urnike.
- Ustvariti sheme jasnih poti za karierno rast in zagotavljanje stalne podpore zaposlenim.
- Prilagajanje delovnih mest in kariernih priložnosti formalnim in neformalnim oblikam izobraževanja, ter prepoznavanje kompetenc pri sistematizaciji delovnih mest v panogi.

## 3. Ključne zaveze

### Podpisniki manifesta se zavezujejo k naslednjim ciljem:

- **Izobraževalne institucije:** k zagotavljanju kakovostnega izobraževanja, ki odraža potrebe sektorja, in spodbujanju pozitivne zaznave turizma kot privlačnega delodajalca.
- **Turistično gospodarstvo:** k izboljšanju delovnih pogojev, podpori inovacij ter vključevanju mladih in zaposlenih v stalno izobraževanje ter prepoznavanju kompetenc pri sistematizaciji delovnih mest.

- **Vlade in organizacije:** k oblikovanju politik, ki spodbujajo trajnostno rast turizma, zagotavljajo financiranje vseživljenjskega učenja in usposabljanj ter krepijo povezave med deležniki za razvoj kakovostnega delovnega okolja v turizmu.

### **Povabilo k sodelovanju**

Ustanovni člani »Partnerstva za dvig privlačnosti dela v turizmu« (Partnerstva) pozivamo izobraževalne institucije, turistično gospodarstvo, vlado, nevladne organizacije in lokalne skupnosti, da združimo moči pri ustvarjanju trajnostne in privlačne turistične panoge. Skupaj lahko gradimo okolje, ki bo privlačno za zaposlene, obiskovalce, turiste in lokalne prebivalce ter bo odraz vrednot slovenskega turizma - trajnosti, inovativnosti in gostoljubnosti.

S podpisom tega manifesta se pridružujemo Partnerstvu, s katerim se zavzemamo za napredek in razvoj turizma kot privlačnega poklicnega področja. Prepričani smo, da bo skupni napor prinesel koristi vsem – dijakom in študentom, izobraževalnim organizacijam in turistični panogi ter dvigu konkurenčnosti Slovenije kot turistične destinacije.

Portorož, 30. 1. 2025

## Podpisniki

**Univerza na Primorskem,  
Fakulteta za turistične študije  
– Turistica**

Izr. prof. Emil Juvan, PhD  
Avstralija, dekan



**Višja strokovna šola za  
gostinstvo, velnes in turizem  
Bled**

mag. Peter Mihelčič, direktor



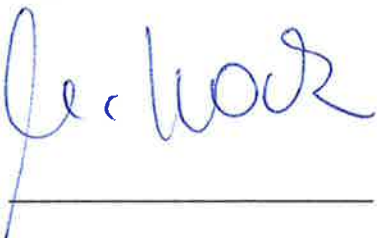
**Srednja šola Izola**

Adelija Perne, ravnateljica



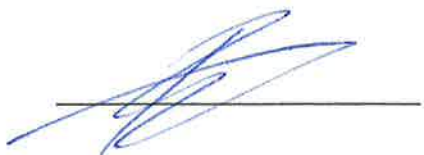
**Slovenska turistična  
organizacija**

mag. Maja Pak Olaj, direktorica



**Eurotas hoteli**

Marcel Bešter, vodja hotela  
Portorose Boutique Hotel



**Univerza v Mariboru,  
Fakulteta za turizem**

doc. dr. Tomi Špindler,  
prodekan



**Višja strokovna šola za  
gostinstvo in turizem Maribor**

Mojca Polak, direktorica



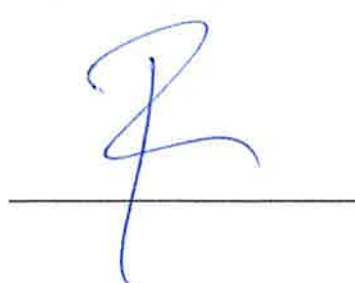
**Srednja šola za gostinstvo in  
turizem Maribor**

Marjan Božičko, organizator  
delovne prakse



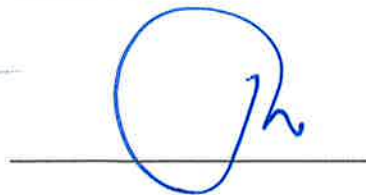
**Turistično gostinska zbornica  
Slovenije**

Fedja Pobegajlo, predsednik



**Biotehniški izobraževalni  
center Ljubljana**

mag. Jasna Kržin Stepišnik,  
direktorica



**Srednja gostinska in turistična  
šola Radovljica**

mag. Ivan Damjan Mašič,  
ravnatelj



**Strokovni izobraževalni center  
Alme M. Karlin**

Iztok Leskovar, ravnatelj



**Obrtno podjetniška zbornica  
Slovenije**

Patricija Furlan, predsednica  
Sekcije za gostinstvo in turizem

