

dr Jelisaveta Vučković, profesor strukovnih studija

Akademija strukovnih studija Beograd,
odsek Visoka turistička škola

dipl. psiholog – psihoterapeut Vesna Tsitsivas

DOI 10.5937/turpos0-29998

UDK 613.86:338.48-057.16(497.11)

616.98:578.834]:331.442

MOGUĆE POSLEDICE PANDEMIJE VIRUSA COVID-19 NA DUŠEVNO ZDRAVLJE ZAPOSLENIH U TURISTIČKIM AGENCIJAMA U SRBIJI

POSSIBLE CONSEQUENCES OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE MENTAL HEALTH OF EMPLOYEES IN TRAVEL AGENCIES IN SERBIA

Apstrakt: Svetska zdravstvena organizacija proglasila je pandemiju virusa COVID-19 11. marta 2020. godine, koja još uvek traje i neizvesno je kada će se završiti. U osnovi, u pitanju je epidemiološki problem koji je prerastao u ekonomski, sociološki, društveno-politički i psihološki.

Na osnovu do sada dostupnih informacija, može se zaključiti da je turistička privreda (a u okviru nje, posebno poslovanje turističkih agencija i turoperatora), i u svetu i u Srbiji, jedna od najviše pogođenih, usled navedene pandemije. Ograničena je sloboda kretanja i ugrožena bezbednost ljudi, što su ključne pretpostavke turističkih kretanja.

Predmet analize u ovom radu je pokušaj da se sagleda psihološki aspekt pandemije virusa COVID-19, sa posebnim osvrtom na moguće posledice po duševno zdravlje zaposlenih u turističkim agencijama u Srbiji. Mnogi stručnjaci smatraju da će ona nedvosmisleno ostaviti negativne posledice na duševno zdravlje ljudi, a istraživanja na tu temu uslediće tek u perspektivi.

Ključne reči: pandemija virusa COVID-19, turističke agencije, zaposleni, duševno zdravlje

Abstract: On March 11, 2020, the World Health Organization declared COVID-19 virus pandemic, which is still ongoing, and it is uncertain when it will end. Essentially, it is an epidemiological problem which has turned into economic, sociological, socio-political and psychological one.

Based on the information available so far, it can be concluded that the tourism industry (and within it, especially the business operations of travel agencies and tour operators), both in the world and in Serbia, is one of the most affected, due to the pandemic. Freedom of movement is restricted and people's safety is endangered, which are the key preconditions for tourism mobility.

The subject of analysis in this paper is an attempt to look at the psychological aspect of the COVID-19 virus pandemic, with special emphasis on its possible consequences on the mental health of the employees in travel agencies in Serbia. Many experts think that it will undoubtedly adversely affect people's mental health, and prospective studies on this topic will follow in the future.

Keywords: COVID-19 virus pandemic, travel agencies, employees, mental health



Uvod

Svetski savet za putovanja i turizam (WTTC - *The World Travel and Tourism Council*) procenjuje da je u 2011. godini u turističkoj privredi širom sveta bilo zaposleno oko 255 miliona ljudi ili 8,3% ukupnog broja zaposlenih (što znači jedan zaposleni u turističkoj privredi na svakih 12 zaposlenih). Podaci za 2019. godinu pokazuju da je broj zaposlenih u turizmu iznosio 330 miliona ili oko 10% ukupnog broja zaposlenih (što znači jedan zaposleni u turističkoj privredi na 10 zaposlenih).¹

Privredne recesije, briga za bezbednost zbog terorističkih napada, opasnost od smrtonosnih virusa (npr. SARS-a), sukobi na Srednjem istoku i dr., doveli su do opadanja broja zaposlenih u turističkoj privredi, prvenstveno u onim zemljama koje su bile pod direktnim uticajem prethodno navedenih faktora. Takođe, treba imati u vidu i faktore unutar organizacija u turizmu (interni faktori) koji su uslovljavali gašenje pojedinih radnih mesta. Ipak, na globalom nivou broj zaposlenih bio je u stalnom porastu (u proteklih pet godina od četiri nova radna mesta jedno je bilo u sferi turizma). Drugim rečima, dinamičan razvoj međunarodnog turizma, koji počinje od 1950. godine, doprineo je da on postane značajan izvor zapošljavanja na globalnom nivou.

Međutim, pandemija virusa COVID-19, proglašena od strane Svetske zdravstvene organizacije (WHO - *World Health Organization*) 11. marta 2020. godine, koja i dalje traje i neizvesno je kada će se završiti, izazvala je, između ostalog, i ozbiljne ekonomske poremećaje širom sveta. Turistička privreda jedna je od najviše pogođenih. Prema

podacima Svetske turističke organizacije (UNWTO - *The World Tourism Organization*) u prvih osam meseci 2020. godine zabeležen je pad međunarodnog turističkog prometa za oko 65%, a domaćeg turističkog prometa za oko 33%. Predviđanja su da će, ako se situacija do kraja godine ne popravi (čega smo, na žalost, svedoci), pad međunarodnog turističkog prometa iznositi oko 73%, a domaćeg oko 45%.

Navedena kretanja na turističkom tržištu, do sada bez presedana, imaju izuzetno velike ekonomske i socijalne posledice. Podaci Svetskog saveta za putovanja i turizam pokazuju da je od početka pandemije do novembra 2020. godine 142,6 miliona ili 43% zaposlenih u turizmu ostalo bez posla, a da će taj broj biti i oko 174,4 miliona ili 53% zaposlenih, ukoliko se situacija u narednih nekoliko meseci ne stabilizuje.

U Srbiji je u turističkoj privredi, u 2019. godini, bilo registrovano 134.800 zaposlenih, što je činilo 6,2% od ukupnog broja zaposlenih, od čega je u turističkim agencijama bilo zaposleno oko 4.500 ljudi. Ukupan broj turističkih agencija bio je 1.230, od kojih je 415 turoperatora (ostalo su detaljističke agencije, tj. posrednici). Međutim, značajno je istaći da su u ukupnom broju turističkih agencija dominirale male agencije, često porodičnog tipa („*family-run business*“), sa samo jednom poslovnicom i nekoliko zaposlenih.

Najveći broj turističkih agencija u Srbiji bio je pretežno inicijativnog tipa (dominantna receptivna tržišta u 2019. godini bila su: Grčka 32%, Crna Gora 13%, Mađarska 11%, Bugarska 8%, Turska 4%, ostatak sveta 32%).

Direktor Nacionalne asocijacije turističkih agencija (YUTA), Aleksandar Seničić istakao je da je od početka pandemije do početka decembra 2020. godine promet turističkih agencija pao za oko 90%, kao i da je oko 50% radnika ostalo bez posla, a da sledeći presek i talas otpuštanja kreće od 01. januara sledeće godine, kada istekne obaveza za-

¹ Podaci se odnose na zaposlene sa punim radnim vremenom (*full time*), ali treba imati u vidu da turizam stvara veoma širok prostor za zapošljavanje radnika sa „nepunim“ radnim vremenom (tzv. *part time jobs*), odnosno radnika kojima je rad u turizmu, pre svega ugostiteljstvu, dodatni izvor prihoda.

državanja radnika.²Važno je istaći da pored zaposlenih u turističkim agencijama, angažovanih na neodređeno vreme, čija su radna mesta usled pandemije ugrožena, turističke agencije za realizaciju turističkih aranžmana angažuju turističke vodiče (koji su većinom tzv. „freelancers“), turističke pratioce i agencijske predstavnike. Sve ove kategorije zaposlenih gotovo su bez posla tokom cele 2020. godine. Takođe, većina malih i srednjih turističkih agencija angažuje spoljne saradnike (tzv. *outsourcing*) za poslove računovodstva, pravne podrške, održavanja higijene i čistoće prostorija i dr. Zbog drastičnog smanjenja obima poslovanja turističkih agencija, smanjen je obim posla i ovih organizacija, pa samim tim i radni angažman zaposlenih na navedenim poslovima.

Pored navedenog, Aleksandar Seničić je istakao da je određen broj organizatora putovanja i turističkih agencija posrednika podnelo zahtev za stečaj ili likvidaciju, dok je preko 100 agencija predalo zahteve za mirovanje firme i izneo očekivanja da će se taj broj, od 01. januara 2020. godine povećati, ukoliko ne dođe do dugo očekivane, konkretne pomoći države, jer su, po mišljenju vlasnika turističkih agencija, dosadašnje mere pomoći bile nedovoljne. Jasno je da je u ovom trenutku teško utvrditi tačne podatke i razmere štete koju su do sada pretrpele turističke agencije (na sve teme) i koju i dalje trpe.

Ono što je bez svake sumnje je da su agencije, i tokom trajanja vanrednog stanja u Srbiji od 15. marta do 06. maja 2020. godine, organizovale radni proces po modelu

² Međutim, ministarka trgovine, turizma i telekomunikacija Tatjana Matić izjavila je za TV Prva (02. novembra 2020. godine) da nisu tačne informacije da su hiljade zaposlenih u turističkim agencijama ostale bez posla. Pozivajući se na podatke Centralnog registra obaveznog socijalnog osiguranja, ona je rekla da je od izbijanja pandemije bez posla u toj delatnosti ostalo 670 ljudi.

„rada od kuće“, tokom koga nije bilo priliva novca ni zarade, ali je bilo troškova, a zaposleni su imali obavezu da svakodnevno komuniciraju sa svojim klijentima i poslovnim partnerima (otkazivanje na hiljade turističkih aranžmana i ponuda zamenskih vaučera, potraživanje novca od hotela, avio-kompanija i dr). Zvanična statistika tek će pokazati promet turističkih agencija ukupno i po mesecima, ali do sada dostupni podaci ukazuju na to da je jedino u periodu od polovine jula do polovine septembra bilo moguće realizovati turističke aranžmane u Tursku i Egipat (s obzirom da je pogranična regulativa ostalih zemalja praktično stopirala protok turista, bilo tako što nisu dozvoljavali našim turistima putovanje u te zemlje, npr. Grčka, Crna Gora i dr., bilo tako što su zahtevale četrnaestodnevni karantin za sve koji dolaze iz Srbije, npr. Hrvatska). Nakon tog perioda, većina agencija bila je prinuđena da opet organizuje radni proces po modelu „rada od kuće“. Pored toga, inostrane turističke agencije otkazala su putovanja svojih gostiju u Srbiju.

Imajući u vidu sve prethodno navedeno, **predmet analize u ovom radu biće pokušaj da se sagleda psihološki aspekt pandemije virusa COVID-19, sa posebnim osvrtom na moguće posledice po mentalno zdravlje zaposlenih u turističkim agencijama u Srbiji. Stoga će u nastavku biti analizirane specifičnosti radnog procesa u turističkim agencijama, osnovne varijable duševnog zdravlja i faktori koji na njega utiču, najčešći poremećaji duševnog zdravlja, kao i načini prevazilaženja ili ublažavanja duševnih poremećaja. Iako su navedeni pojmovi, faktori i mehanizmi univerzalni, tj. zajednički za ljudsku populaciju, namera autora je da se sagledaju sa aspekta aktuelnih trenova na tržištu rada koji se odnose na turističke agencije u Srbiji.**



Specifičnosti radnog procesa u turističkim agencijama

Iz heterogene strukture turizma, a u zavisnosti od vrste turističke usluge, složenosti posla koji se obavlja i zakonskih propisa koje treba primeniti u organizacijama turističke privrede, proizilazi i *heterogena struktura zanimanja* i *heterogena kvalifikaciona struktura*. (Čačić, K.1998: 269). To upućuje na kompleksnost analize kadrovske strukture u turističkim agencijama, imajući u vidu činjenicu da je formiranje optimalnog sastava radnog kolektiva kontinuelan proces. Pitanje kadrovske strukture tesno je povezano sa formiranjem određene organizacione strukture turističkih agencija. Izbor i raspored kadrova vrši se u zavisnosti od stepena profesionalne i stručne osposobljenosti, kao i od sposobnosti svakog zaposlenog. Osnovna struktura radnog kolektiva u turističkim agencijama prema vrstama poslova može obuhvatati: rukovodeće, proizvodno (kadrovi na poslovima kreacije turističkih aranžmana, tzv. komercijalisti ili referenti), uslužno (kadrovi na poslovima informisanja i prodaje usluga i kadrovi na poslovima izvršenja turističkih aranžmana: turistički vodiči, turistički pratioci, agencijski predstavnici), tehničko (održavanje i snabdevanje poslovnica), administrativno osoblje.

Za organizacije u turizmu, posebno ugoštiteljske, karakteristično je relativno skromno učešće zaposlenih sa najvišim stepenom školske spreme i stručnog obrazovanja, a značajno učešće onih koji nemaju nikakve kvalifikacije ili imaju najniži stepen kvalifikovanosti. (Čačić, K.1998: 271). Međutim, na osnovu brojnih empirijskih istraživanja, može se zaključiti da to ne važi za turističke agencije. Naime, u njima u ukupnom broju zaposlenih dominiraju oni sa višom i/ili visokom stručnom spremom, a zatim sa srednjom stručnom spremom. Broj zaposlenih sa najnižom stručnom spremom gotovo je

zanemarljiv. Drugim rečima, u turističkim agencijama izuzetno značajnu ulogu imaju visokostručno obrazovani kadrovi različitih profila. Na primer, kreiranje uslužnog programa turoperatora je posebno složen posao i zahteva visok nivo obrazovanja, kao i specijalizovana znanja iz različitih područja. Za kadrove koji rade na prodaji usluga u poslovnica neophodno je posedovanje posebnih znanja i veština koja se stiču na specijalnim kursevima i verifikuju sertifikatima (npr. za prodavce karata u avio-saobraćaju neophodno je da zaposleni završe kurs IATA-e, kao i kurs za rad na GDS-u kakav je npr. Amadeus). (Spasić, V., Rabotić, B. 2013: 64) Takođe, za turizam su karakteristični i specijalizovani kadrovi, prvenstveno vezani za izvršenje turističkih aranžmana - to su turistički vodiči, turistički pratioci i agencijski predstavnici, a kao novije zanimanje javljaju se i turistički animatori. Navedeni kadrovi, a posebno turistički vodiči, moraju posedovati relativno visok nivo obrazovanja i stalno se dodatno usavršavati i informisati, kako bi na kvalitetan način mogli da pružaju usluge turistima. U velikom broju zemalja državni organi određuju uslove pod kojima neko može da se bavi ovim poslovima. (Spasić, V., Rabotić, B. 2013: 66) Jedan od, moglo bi se reći, ekstremnih primera heterogenosti zanimanja su mega turooperatori, tj. multinacionalne kompanije koje u svom sastavu imaju turooperatore, turističke agencije, avione, brodove za krstarenje, hotelske lance i dr. (npr. TUI).

Sa razvojem turističke privrede u jednoj zemlji, uvećavaju se i zahtevi za zapošljavanjem u pogledu stručnih, kompetentnih i pogodnih kadrova. Transfer tehnologije veoma je zastupljen na savremenom turističkom tržištu, a upravo su adekvatno obrazovani i obučeni zaposleni ključni za njegov uspeh. (Vučković, J. 2013: 45)

Turizam je *radno intenzivna delatnost*, jer je zbog karaktera usluga, tj. potrebe ne-

posrednog kontakta sa potrošačima prilikom pružanja turističkih usluga nemoguće, kao u nekim drugim delatnostima, izvršiti značajniji obim automatizacije.³ Turizam i direktno i indirektno utiče na zaposlenost. Sa jedne strane, direktan uticaj odnosi se na obezbeđenje radnih mesta („direktno zapošljavanje“) u delatnostima (i organizacijama) turističke privrede koje neposredno čine njegovu složenu (heterogenu) strukturu (hoteli, restorani, turističke agencije i turoperatori, kruzing kompanije - *cruise lines*, avio-kompanije i dr.). Sa druge strane, indirektni uticaj turističke privrede na zaposlenost ogleda se u povećanju broja zaposlenih i u nizu drugih delatnosti i aktivnosti za koje je turističko tržište tzv. „sekundarno“ tržište za plasman sopstvenih proizvoda i usluga (industrija, građevinarstvo, poljoprivreda i dr.). (Vučković, J. 2013: 43)

Karakteristika sezonalnosti u turističkom poslovanju nameće *potrebu zapošljavanja i dodatne, tzv. „sezonske“ radne snage*, koja se uključuje u proces reprodukcije samo u periodu dok traje sezona (tzv. puna letnja ili zimska sezona traje dva do tri meseca), a sa ciljem da se bez zastoja i shodno povećanom obimu tražnje u tom periodu (tzv. vršno opterećenje tražnje) plasiraju proizvodi i usluge inostranim i domaćim turistima na tipično turističkom području. Međutim, zapošljavanje sezonske radne snage, bez obzira koliko ono bilo neophodno za normalno odvijanje procesa reprodukcije, bitno utiče na

obavljanje radnih operacija i njihov kvalitet, i nosi sa sobom brojne probleme. Naime, često se na tržištu ne mogu naći adekvatni profili stručnosti za zapošljavanje u sezonskom periodu, pa u radni proces ulaze i oni sa nižim kvalifikacijama, što, objektivno, može da naruši kvalitet usluga koje se pružaju potrošačima. Takođe, motivacija za rad kod sezonskih radnika nema onu širinu koja se, po pravilu, sreće kod stalno zaposlenog dela kolektiva, a sa tim u vezi i njihov nedovoljno razvijen osećaj pripadnosti kolektivu i nedovoljna zainteresovanost za napore turističke agencije da obezbedi željeni kvalitet, imidž, konkurentnost i profit. Sa druge strane, turistička agencija mora da računa sa svim ovim problemima i da stvori uslove za njihovo minimiziranje, pre svega putem pripreme i obuke sezonskih radnika, adekvatnog rukovođenja operacijama kao i nagrađivanjem i maksimalnim nastojanjem da se sezonski radnici, u što većoj meri, uklope u kolektiv i identifikuju sa politikom turističke agencije. (Čačić, K.1998: 241)

Česte *fluktuacije zaposlenih* u turizmu su, pored uticaja sezonalnosti poslovanja, izazvane i delovanjem brojnih drugih faktora, kao što su: uslovi rada, nagrađivanje, psihofizičke predispozicije za obavljanje radno intenzivne delatnosti i dr. Paradoksalo je, na primer, da su primanja zaposlenih u turističkim agencijama (ne samo u našoj zemlji) po pravilu relativno niska. (Spasić, V. 2005: 68)

Što se tiče uslova rada u turizmu, važno je naglasiti da oni obuhvataju rad u objektivno otežanim okolnostima pri izvršavanju pojedinih operacija⁴ ili uz izražene fizičke napore.⁵ Stoga je za zaposlene koji obavljaju ove vrste poslova neophodna i znatna fizička pripremljenost. (Čačić, K.1998: 235)

3 Ipak, potrebno je istaći da je delatnost turističkih agencija manje kapitalno intenzivna u odnosu na npr. hotelijerstvo i restoraterstvo, a posledično više radno intenzivna. I pored toga, tehnološke promene, pre svega razvoj i primena savremene informacione i komunikacione tehnologije, imaju značajnu ulogu u strukturnim promenama u turističkom poslovanju. Nove tehnologije su primenljive ne samo za prodaju (rezervacioni sistemi i globalni distribucionni sistemi, Internet i dr.), već i za ostale poslovne funkcije (nabavka, finansije i dr.) ili radne operacije u turističkim agencijama. Ove promene odražavaju se i na sastav personala i neophodnost njihovog permanentnog obrazovanja i obučavanja.

4 Na primer, rad agencijskih predstavnika tokom leta na destinacijama koje karakterišu izuzetno visoke temperature vazduha.

5 Na primer, dugo hodanje prilikom vođenja turističkih tura.

Pored navedenog, u ovoj radno intenzivnoj delatnosti, zaposleni (posebno na prvoj liniji usluživanja) izloženi su i značajnim psihološkim naporima i stresu, a u određenim slučajevima može doći i do tzv. „pregorevanja“ (*burnout*). Dakle, za rad u turizmu (pa i u turističkim agencijama) potrebni su motivisani zaposleni, koji imaju talenat za rad sa ljudima i osećaj posvećenosti visokom kvalitetu usluga, putem izražene brige za potrebe, udobnost i dobrobit turista, iako, pojedini od njih nekada mogu biti veoma neučtivi, grubi ili neprijatni. Stoga se zahteva izrazita samodisciplina, strpljenje i dovoljno vedra priroda, tj. ličnost (neposrednog pružaoca usluga) u usluživanju velikog broja različitih tipova osoba, posebno zahtevnih ili neodlučnih potrošača. (Vučković, J. 2013: 44)

Takođe, karakteristično za uslove rada u turističkom poslovanju je i rad u smenama, uključujući i noćni rad,⁶ rad preko vikenda i praznikom, produženi rad u sezoni i dr., što je uslovljeno karakteristikom turističkih usluga da se značajan broj radnih operacija ne može obaviti dok gost nije fizički prisutan. (Čačić, K.1998: 237) Sve to stvara brojne probleme sa stanovišta organizacije i preraspodele radnog vremena, godišnjih odmora, slobodnih dana i sl. Kao posledica navedenih uslova rada u turističkim agencijama javljaju se, ne retko, i profesionalna oboljenja zaposlenih, pa i taj aspekt treba imati u vidu. Koliko je to važno ukazuje i činjenica da je jedna od izuzetno značajnih oblasti u okviru upravljanja ljudskim resursima u turizmu posvećena upravo zaštiti zdravlja i bezbednosti zaposlenih. Bilo bi veoma poželjno da domaće turističke agencije prihvate i primene primere dobre prakse iz tog domena sa razvijenijih turističkih tržišta.

Pojedina zanimanja u turizmu (pa i u okviru turističkih agencija), pogoduju *zapošljavanju ženske radne snage*, pa je, u nekim

razvijenim turističkim zemljama, u pomenutoj delatnosti, učešće ženske radne snage više od 70% u ukupnom broju zaposlenih. Ovakva struktura zaposlenih po polu ima veoma značajan uticaj na kontinuitet i kvalitet u obavljanju radnih operacija. Brojni faktori (npr. češći i duži, a opravdani izostanci iz zdravstvenih i porodičnih razloga i dr.) vezani za zapošljavanje žena vrlo su važni elementi koje turističke agencije moraju uzeti u obzir u procesu optimizacije svog kolektiva. (Čačić, K.1998: 235)

Značajno je, takođe, naglasiti da je na globalnom nivou u turizmu prisutna izražena polarizacija na veliki broj malih i srednjih organizacija, sa jedne strane, i relativno manji broj velikih organizacija turističke privrede, sa druge strane. Drugim rečima, u ukupnom broju organizacija u turizmu, dominantno je učešće malih organizacija, često porodičnog tipa („*family-run business*“ ili „*mom and pop industry*“), sa samo jednim objektom i nekoliko zaposlenih. Sa druge strane, prisutna je izražena koncentracija zaposlenih i sredstava u velikim, često međunarodno orijentisanim, organizacijama (u oblasti hotelskog poslovanja, turoperatorskog i agencijskog poslovanja, avio-saobraćaja i drugim delatnostima), u kojima je prisutan veliki broj eksperata (specijalizovanih menadžera) za pojedine poslovne funkcije i posebna poslovna područja. (Vučković, J. 2013: 42) Navedena polarizacija karakteristična je i za poslovanje turističkih agencija, kako u svetu, tako i u Srbiji. Ovu činjenicu važno je istaći, jer se kod malih turističkih agencija (i pored istih tehnoloških i tržišnih osnova poslovanja i određenih zajedničkih specifičnosti ljudskih resursa u turizmu uopšte) pojavljuje značajna razlika u organizaciji rada i upravljanju ljudskim resursima u odnosu na srednje i velike turističke agencije. Ipak, pojedina rešenja mogu se primeniti i u malim turističkim agencijama, naravno adekvatno modifikovana.

⁶ Na primer, kasno sletanje/poletanje aviona prilikom dočeka i/ili ispraćaja turista sa destinacije.

Sve prethodno navedeno ukazuje na složenost radnog procesa u turističkim agencijama, kao i na specifičnosti i značaj zaposlenih u njima. Otuda se nameće potreba da se upravo zaposlenima kontinuirano posvećuje posebna pažnja, naročito u ovako izazovnim okolnostima, kakve je nametnula pandemija virusa COVID-19. Stoga će u nastavku rada biti analizirani najvažniji pojmovi u vezi sa duševnim zdravljem i njegovim očuvanjem, kao važnim aspektom celokupnog zdravlja zaposlenih.

Osnovne varijable duševnog zdravlja i faktori koji na njega utiču

Duševno ili mentalno zdravlje čoveka definisano je različito, zavisno od autora i njegovog ugla posmatranja ove pojave, kao i od faze razvoja psihijatrije i psiholoških dostignuća. Ipak, opšta definicija oko koje bi se složila većina autora je sledeća: „Duševno ili mentalno zdravlje je stanje skladnog psihičkog i socijalnog funkcionisanja ličnosti koje podrazumeva odsustvo duševnih poremećaja, ali i odsustvo izraženih sukoba u ličnom i socijalnom životu sa neželjenim posledicama. Mentalno zdravlje je nivo blagostanja ili odsustvo mentalnih bolesti.“ (Vidanović, I. 2006)

Prema Svetskoj zdravstvenoj organizaciji mentalno zdravlje uključuje „subjektivno blagostanje, percipiranu samoefikasnost, autonomiju, kompetenciju, međugeneracijsku zavisnost i samoaktualizaciju nečijeg intelektualnog i emocionalnog potencijala, između ostalog.“ (The World Health Report 2001 - Mental Health: New Understanding, New Hope)

Sigmund Frojd je dao kratku definiciju normalnosti i duševnog zdravlja: „Duševno zdrava i normalna osoba je ona koja može da radi i voli.“ (Frojd, S. 2011)

Duševno zdravlje treba posmatrati kao skalu na kojoj se čovek, tokom života, pomena gore-dole. Sve više dokaza upućuje na povezanost psihičkog stanja sa fizičkim zdravljem, kao i na povezanost psihičkog stanja sa odnosima koji se uspostavljaju sa drugima.

Pojam „zrele ličnosti“ uvodi se u psihijatriju i psihologiju da upotpuni pojam „normalnosti i mentalno zdrave osobe“. To je celovita, integrisana ličnost. Polazi se od činjenice da nema potpuno zrele, integrisane ličnosti, već postoje samo nivoi ili stepeni zrelosti koji zavise od sledećih kriterijuma:

- sposobnosti za voljenje nekog drugog, a ne samo sebe,
- sposobnosti kontrolisanja sopstvenih nagona i impulsa,
- sposobnosti podnošenja neprijatnosti, bola i patnje,
- posedovanja zrele, a ne infantilne savesti,
- umerene agresivnosti, bez reakcije besa ili mržnje, ali i bez preterane bojažljivosti,
- sposobnosti da budemo nezavisni. (Jerotić, V. 2003: 13-16)

Pored navedenog, važno je istaći da nema granica čovekovog sazrevanja u toku čitavog njegovog života.

Duševno i mentalno zdravlje, normalnost i zrelost ličnosti su pojmovi koji se preklapaju i srodni su. Važno je istaći od kojih uslova zavisi čovekovo duševno zdravlje, odnosno sazrevanje ličnosti. *Najvažniji faktori čovekovog sazrevanja u ličnost i duševno zdravlje* mogu se uslovno podeliti na egzogene i endogene.

Egzogeni ili spoljašnji faktori su pre svega roditeljska kuća u ranoj mladosti deteta, tj. modeli koje pružaju roditelji, zatim vršnjačke grupe u okolini, okruženje u školskoj sredini i kasnija iskustva sa drugim ljudima.

Endogeni ili unutrašnji faktori odnose se na genetiku i nasleđem dobijenu konstituciju,

kao i sposobnost ličnosti za doživljaje i transformaciju, za sazrevanje i mogućnost menjanja i nezavisnog razvoja.

Nema duševno zdravog i zrelog društva bez zdravih i zrelih individua. A njih ne stvara samo društvo već i samovaspitanje. Naime, pored društvene odgovornosti bitna je i samoodgovornost pojedinca.

Poremećaji duševnog zdravlja

Čovekovo duševno funkcionisanje je kompleksno, ali je prisutna potreba za stabilnim sistemom vrednosti i načinom života. Čovek je u stanju da se adaptira i prilagođava, ali u kojoj meri je adaptabilan zavisi od nekoliko faktora, pre svega:

- intenziteta stresa,
- dužine trajanja stresa i napetosti,
- podrške u okruženju i odgovornosti ljudi,
- obrade informacija i svesnosti.

Iskustva eminentnih, kako svetskih, tako i domaćih, psihoanalitičara ukazuju na to da se, u savremenim društveno-ekonomskim okolnostima⁷ javlja niz psihičkih poremećaja i smetnji. Njihova iskustva odnose se i na to da se veliki broj mladih javlja za pomoć zbog stresnosti poslova i ubrzanog života i ima anksioznost, paniku, simptome gušenja, probleme digestivnog trakta, razne psihosomatske probleme i tegobe. Takođe, kod mladih je sve više prisutan tzv. „problem identiteta“, pa je, posebno u ovoj populaciji, depresija veoma česta.

Pandemija virusa COVID-19 otvara mnoga pitanja funkcionisanja savremenog

sveta, pa i njegov opstanak u dosadašnjem poretku, a mnogi stručnjaci smatraju da će ona nedvosmisleno ostaviti negativne posledice na mentalno zdravlje ljudi.

Postavljaju se brojna pitanja. Koji se psihološki problemi i poremećaji javljaju u vreme navedene pandemije? Kako ih prevazići, odnosno umanjiti njihove negativne posledice? Kako se adaptirati na nove uslove života, imajući u vidu nemogućnost da se predvidi njeno trajanje?

Pandemija virusa COVID-19 uticala je na drastično smanjenje broja zaposlenih u turističkoj privredi, a u najugroženije spadaju zaposleni u turističkim agencijama, kako u svetu tako i u Srbiji. Pored toga, značajno su smanjene zarade zaposlenih u turističkim agencijama, prisutna je velika neizvesnost i strah od daljih otpuštanja radnika, a nove okolnosti nametnule su potrebu da se umnogome promeni način na koji se obavljaju radne operacije (misli se pre svega na veoma zastupljen model tzv. „rada od kuće“, koji donosi brojne izazove). Ovakva situacija u čitavom svetu, ali i u našoj zemlji, može se nepovoljno reflektovati na duševno zdravlje ljudi, pa i onih zaposlenih u turističkim agencijama.

Psihološki problemi i poremećaji sa kojima se domaći psihoanalitičari često sreću u praksi, a koji će se, prema mišljenju pojedinih stručnjaka, i pojačavati usled pandemije virusa COVID-19 su sve vrste strahova, anksioznost, panike, fobije, psihosomatske smetnje, opsesivno-kompulsivni poremećaj (OKP), depresija, insomnija.

Anksioznost je pojam koji u psihijatriji podrazumeva mučno osećanje u obliku iščekivanja nečeg neprijatnog, neodređen strah, koji nije vezan za neki objekat ili situaciju, odnosno doživljaj unutrašnje napetosti i teskobe. Ovaj neodređeni strah posebno je neprijatan jer je njegov uzrok nepoznat (u nesvesnom), pa opasnost ne može da se iz-

⁷ Savremeni svet današnjice (misli se na 21. vek) promenjen je i uključuje sve veći tehnološki napredak, kompjuterizaciju, narastajući konformizam jednog dela sveta i njegovo bogaćenje, kao i siromaštvo drugog dela sveta. Čovek je ugrožen velikim zahtevima u svetu u kome živi i podređen sticanju materijalnih i egzistencijalnih uslova za opstanak, a neizvesnost je opšte mesto.

begne, niti može da se organizuje racionalna odbrana od nje. (Kaličanin, P. 1996.)

Sigmund Frojd je izuzetnu pažnju posvetio izučavanju problema straha i po oceni psihoanalitičara najdalje i najdublje otišao u objašnjavanju njegovog smisla. (Erić, Lj. 2011.) Po Frojdu „strah je nasleđena arhaična reakcija na aktuelni stimulus“. Frojd je razlikovao nekoliko oblika ispoljavanja straha:

- realan, objektivni strah ili normalan strah;
- neurotičan strah;
- moralni strah ili osećanje griže savesti.

Realan strah je jasan i lako razumljiv. To je reakcija na spoljašnju opasnost i udružen je sa refleksom bekstva, koji je manifestacija instikta samoodržanja.

Neurotičan strah označava jake konflikte u ličnosti, čije rešenje je tako teško i komplikovano da ličnost potiskuje konflikt u nesvesno. Potisnuti sadržaj iz nesvesnog ipak prodire u svesni deo ličnosti kao neurotična, anksiozna reakcija.

Moralni strah je strah od sopstvene savesti kod ljudi koji imaju veoma razvijeno Nad-ja i lako se oseće krivima kada nešto učine ili pomisle, a što je u suprotnosti sa njihovim moralnom zakonom.

U stanjima straha i anksioznosti osoba doživljava *tri grupe promena*:

- promene u unutrašnjim telesnim funkcijama (krvotoku, varenju, disanju, izlučivanju itd),
- promene u intelektualnim funkcijama,
- promene u ponašanju, postupcima i radnjama.

Tokom pandemije korona virusa jedan deo strahova je realan, a veći deo je neurotičan ili anksiozni strah. Kod ljudi koji već pate od „opšte anksioznosti“ ili su skloni anksioznosti, stanje bi moglo dodatno da se pogorša.

Psiholozi strahuju da bi ti problemi mogli da potraju, što je potencirano i činjenicom

da nepoznata priroda i razmere krize zbog korona virusa samo podižu neizvesnost na viši nivo, a većina ljudi se plaši neizvesnosti i nepoznatog. Stiven Tejlor, autor knjige „Psihologija pandemije“ i profesor psihijatrije na Univerzitetu Britanske Kolumbije, tvrdi da se za manjinu od 10 do 15 odsto ljudi, život neće vratiti u normalu zbog uticaja pandemije na mentalno zdravlje. Takođe, on ukazuje na dugoročne posledice kod ljudi koji imaju genetiku za OKP jer se on pojavljuje usled interakcije između gena i faktora okoline (na primer, opsesija prema zarazama i/ili kompulsivnu potrebu za čišćenjem). (<https://www.apa.org/>, 10.11.2020)

U Ujedinjenom Kraljevstvu grupa vodećih stručnjaka za javno zdravlje je u časopisu „British Medical Journal“ iznela mišljenje da će udar pandemije na mentalno zdravlje trajati duže nego udar na fizičko zdravlje. (<https://www.bmj.com/> 10.11.2020) Naučnici prikupljaju podatke i vrše obimna istraživanja u čitavom svetu i postoji zabrinutost da bi problemi sa mentalnim zdravljem mogli da se značajno uvećaju ili se već uvećavaju.

Načini prevazilaženja ili ublažavanja duševnih poremećaja

Svetska zdravstvena organizacija je tokom ove godine objavila preporuke za zaštitu mentalnog zdravlja. Američko udruženje psihologa takođe. Među brojnim preporukama za očuvanje duševnog zdravlja i smanjenja psiholoških posledica pandemije psiholozi i psihoanalitičari daju, između ostalog, i sledeće:

- Ograničiti slušanje i gledanje informativnih emisija (vesti) i čitanje novina sa uznemirujućim sadržajem.
- Komunicirati sa ljudima koji prijaju i umiruju. Pričati o svojim strahovima i negovati prijateljstva.



- Organizovati sopstvene aktivnosti i „rutinu“ u okvirima stana i uže okoline. Rutina uključuje svakodnevne aktivnosti koje se redovno čine, svakog dana. Baviti se svojim hobijima, čitati knjige, gledati filmove, slušati muziku, učiti jezike i slično.
- Obavezna je i neka umerena fizička aktivnost.
- Treba stalno biti svestan realnosti situacije, adaptirati se i smanjiti očekivanja od samih sebe i drugih.
- U situacijama straha treba pomerati fokus na različite neutralne i pozitivne teme. Činiti stvari koje svako pojedinačno voli i koje umiruju. Izbegavati ljude koji zagovaraju „teorije zavere“ i negativni su u svojim tumačenjima pandemije i sveta. Držati se pozitivnog stava i realnosti.
- Zbog pojačane „opšte anksioznosti“ treba uključivati u svoj život više aktivnosti kojima se „ventilira“ napetost (sport i sve ono što nekome prija, npr. molitva, meditacija, odlazak u crkvu i slično).
- Potražiti pomoć stručnjaka, psihologa ili psihijatra ako se oseća da napetost prevazilaze lične mogućnosti za kompenzaciju i ako osoba ne može normalno da funkcioniše.

S obzirom da telesno zdravlje čoveka veoma zavisi od njegovog duševnog i psihičkog stanja, potrebno je gajiti i negovati dobro raspoloženje. Ono pozitivno utiče na imuni sistem, pa stoga posredno štiti od svih telesnih bolesti. Dobro raspoloženje, optimizam i smeh su zdravi.⁸ Potrebno je da čovek veruje da je pandemija korona virusa prolazno stanje i da treba živeti dan po dan, polako i umereno. Tajdođe, važno je naći sre-

⁸ *Psihosomatika* je oblast koja se bavi izučavanjem telesnih bolesti i smetnji, nastalih usled psihičkih poremećaja i problema. Drugim rečima, izučava odnos između fizičkog i mentalnog zdravlja.

dinu između potrebe da se bude oprezan i potpunog osamljivanja.

Pored navedenog treba istaći da je, uz neizvesnost do kada će pandemija trajati, **izuzetno važno i da se turističke agencije na vreme pripreme za početak rada u punom obimu i kapacitetu i da unapred formulišu adekvatne protokole i mere za zaštitu zdravlja zaposlenih, usaglašene sa svet-skim smernicama.**

Institut za bezbednost i zaštitu zdravlja zaposlenih (*IOSH – Institution of Occupational Safety and Health*) i Svetski savet za putovanje i turizam potpisali su 29. septembra 2020. godine memorandum o saradnji sa ciljem osiguravanja zaštite kako zaposlenih u turističkoj privredi, tako i putnika.

Kao deo saradnje, IOSH i WTTC, koja globalno predstavlja privatni sektor turističke privrede, izdali su određen broj smernica, kako bi organizacijama turističke privrede omogućili bezbedan nastavak rada. Smernice obuhvataju:

- Vodič za siguran povratak (*Returning safely guide*);
- Vodič za procenu rizika (*Risk assessments guide*);
- Informator o održavanju principa dobrog liderstva (*Maintaining good leadership principles factsheet*);
- **Mentalno zdravlje i dobrobit – informator o radu od kuće** (*Mental health and wellbeing – working from home factsheet*);
- Vodič za rad van poslovnih prostorija poslodavca (*Remote workers guide*).

Kao što se može primetiti, navedene smernice obuhvataju i oblast mentalnog zdravlja i dobrobiti zaposlenih, što ukazuje na izuzetan značaj ove teme. Važno je imati u vidu činjenicu da se u poslovanju organizacija u turizmu, pa i turističkih agencija, najveći broj usluga pruža u neposrednom kontaktu sa potrošačem, što potencira značaj **ljudskog resursa koji presudno utiče na**

kvalitet usluga. Stoga je shvaćeno da se **bez respektovanja humanog aspekta ovog resursa ne mogu dobiti optimalni ekonomski rezultati.** Zato se celi koncept upravljanja ljudskim resursima u turizmu temelji na principima uvažavanja ljudske prirode i povezivanja individualnih ciljeva i potreba sa ciljevima organizacije u turizmu. (Vučković, J. 2013: 39)

Takođe, možda bi i **koordinirana aktivnost privatnog sektora (turističkih agencija i njihovih udruženja⁹) i javnog sektora u domenu zaštite zdravlja zaposlenih (pa i duševnog zdravlja) i pomoći u prevazilaženju problema, bila od izuzetno velike koristi i u svetu i u Srbiji.**

Kada je u pitanju zaštita duševnog zdravlja zaposlenih, postoji veoma široka lepeza mogućih aktivnosti, za čiju pripremu i realizaciju bi mogli da se angažuju psiholozi i psihoanalitičari, na primer: izrada informatora o načinima za prepoznavanje i prevazilaženje blažih psiholoških smetnji; organizacija virtuelnih seminara za zaposlene, tzv. *webinars* na različite teme iz domena zaštite duševnog zdravlja; organizovanje stručne pomoći od strane psihologa i psihoanalitičara u vidu individualnih ili grupnih psihoterapija putem *skype-a* ili drugih programa koje omogućava savremena komunikaciona tehnologija i dr.

Ukoliko ovakve (i slične) koordinirane aktivnosti izostanu, zaposleni ili oni koji su ostali bez posla (privremeno ili dugoročno) bili bi u potpunosti prepušteni sebi, tzv. samopomoći koja može biti nedovoljna, imajući u vidu veoma turbulentne životne i radne okolnosti koje je nametnula pandemija virusa COVID-19.

⁹ Udruženja turističkih agencija u Srbiji su: Nacionalna asocijacija turističkih agencija (YUTA), Udruženje turističkih agencija Srbije (UTAS), Asocijacija turističkih agencija Srbija (ATAS), Asocijacija nezavisnih turističkih agencija Srbije (ANTAS), Udruženje receptivnih agencija (URA).

Zaključak

Panel eksperata Svetske turističke organizacije predviđa povećanje međunarodnog turizma u 2021. godini, najvećim delom u njenom trećem kvartalu. Međutim, oko 20% eksperata smatra da bi do značajnijeg skoka moglo doći tek u 2022. godini. Takođe, procenjuje se da će povratak i međunarodnog i domaćeg turizma na nivo iz 2019. godine trajati između dve i po i četiri godine.

Kao glavna prepreka oporavljanju međunarodnog turizma smatra se ograničavanje putovanja, a pored njega prepreku predstavljaju i sporo stavljanje virusa pod kontrolu, kao i nisko poverenje korisnika usluga. Stoga, u pokušaju da se organizacije turističke privrede oporave od pandemije virusa COVID-19, kao jedan od najvećih prioriteta nameće se ponovno uspostavljanje poverenja potrošača u zdravstvene i bezbednosne protokole u svim aspektima turističkog poslovanja. Takođe, kao bitne prepreke oporavku, eksperti su prepoznali i nedostatak koordinisanog delovanja između država u cilju usaglašavanja protokola u vezi sa epidemiološkim merama, kao i potencijalnu opasnost od ozbiljnih ekonomskih poremećaja na globalnom nivou.

Dakle, u svetlu navedenih predviđanja u vezi sa oporavkom turističke privrede, a imajući u vidu analizirane potencijalne psiholiške probleme i poremećaje ljudi, pa i zaposlenih u turističkim agencijama u Srbiji, koje bi mogla izazvati pandemija virusa COVID-19, nameće se potreba da vlasnici turističkih agencija posebnu pažnju posвете upravo svojim zaposlenima, tj. njihovom duševnom zdravlju, putem različitih aktivnosti, kako u okviru svojih udruženja, tako i u koordinaciji sa javnim sektorom.

Zanemarivanje mogućih duševnih problema zaposlenih od strane poslodavaca, ali i države, moglo bi imati ozbiljne štetne posledice, kako na poslovanje turističkih agencija u perspektivi, tako i na ekonomiju zemlje u celini.



Literatura

- Čačić, K. (1998.) *Poslovanje preduzeća u turizmu*, Beograd, Ekonomski fakultet
- Erić, Lj. (2011.) *Strah, anksioznost i anksiozna stanja psiho-analitičkog koncepta straha*, Beograd, Delfi
- Frojd, S. (2011.) *Strah i anksioznost*, Beograd, Riznica
- Jerotić, V. (2003.) *Čovek i njegov identitet*, Beograd, Ars Libri
- Jerotić, V. (2009.) *Neuroze kao izazov*, Beograd, Zadužbina Vladete Jerotića, Ars Libri
- Jovanović, N., Senić, R (2011.) *Strah od života*, Beograd, Beoknjiga
- Kaličanin, P. (1996.) *Anksiozni poremećaji*, Beograd, Velarta
- Lopašić, R., Betlheim, S., Dogan, S. (1965.) *Psihijatrija*, Beograd-Zagreb, Medicinska knjiga
- Popović, M., Jerotić, V. (1989.) *Psihodinamika i psihoterapija neuroza*, Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Spasić, V. (2005), *Poslovanje turističkih agencija i turopatora*, Beograd, Rading
- Spasić, V., Rabotić, B. (2013.) *Poslovanje turističkih agencija*, (treće izdanje), Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija
- The World Health Report 2001 - Mental Health: New Understanding, New Hope
- Vidanović, I. (2006.) *Rečnik socijalnog rada*, Beograd, Autor i Asocijacija CSR Srbije
- Vučković, J. (2013.) *Značaj razvoja ljudskih resursa u upravljanju ukupnim kvalitetom (TQM) u organizacijama turističke privrede Srbije*, (doktorska disertacija), Alfa univerzitet, Fakultet za trgovinu i bankarstvo
- <https://unwto.org/taxonomy/> (15.12.2020.)
- <https://wtcc.org/News-Aticle/> (30.09.2020. i 15.12.2020.)
- <https://who.int/> (05.12.2020)
- <http://utas.co.rs/> (15.12.2020.)
- <https://bbs.com/serbian/> (15.12.2020.)
- <http://rs.n1info.com/Biznis/> (15.12.2020.)
- <https://www.b92.net/putovanja/> (15.12.2020.)
- <https://www.apa.org/monitor/2020/06/conversation-taylor>(10.11.2020)
- <https://www.bmj.com/content/369/bmj.m1557>(10.11.2020)