

**dr Maja Ćosić,**

profesor strukovnih studija, Akademija strukovnih studija Beograd  
Odsek Visoka turistička škola

**dr Jelisaveta Vučković,**

profesor strukovnih studija, Akademija strukovnih studija Beograd  
Odsek Visoka turistička škola

**DOI:** 10.5937/turpos0-50639

**UDK:** 338.485:331.5(437.3)

## KLJUČNI ASPEKTI UTICAJA TURIZMA NA ZAPOSLENOST U ČEŠKOJ REPUBLICI

### KEY ASPECTS OF IMPACT OF TOURISM ON EMPLOYMENT IN THE CZECH REPUBLIC

**Apstrakt:** Predmet rada odnosi se na potpunoje sagledavanje uticaja turizma na makroekonomske pokazatelje nacionalne ekonomije Češke Republike. Najpre se ukazuje na makroorganizacionu strukturu turizma, sa posebno izdvojenim upravljačkim telima kako na nacionalnom, tako i na regionalnim nivoima Češke Republike, kao i na planove razvoja turizma u Češkoj Republici (strategiju razvoja, srednjoročne i kratkoročne planove), koji podstiču zapošljavanje i potrebu za permanentnom edukacijom i treningom zaposlenih u turizmu. Analiziraju se karakteristike turističkog tržišta rada u Češkoj Republici, njegov obim, dinamika i struktura na osnovu različitih kriterijuma.

Cilj je da se pokaže da je turizam u Češkoj Republici brzorastući sektor koji ima značajan uticaj na stvaranje novih mogućnosti za zapošljavanje ukupnog stanovništva, što se odražava na poboljšanje opšteg životnog standarda.

U radu je korišćeno kabinetsko istraživanje dostupne literature i relevantnih podataka nadležnih institucija i organizacija u Češkoj Republici, uz korišćenje dijalektičke i sintetičke metode, kao i metodoloških postupaka: analize, sinteze, dedukcije i dr.

**Ključne reči:** turizam, turističko tržište rada, zaposlenost, Češka Republika.

**Abstract:** The subject of the paper refers to a more complete overview of the impact of tourism on macroeconomic indicators of the national economy of the Czech Republic. First of all, it points to the macro-organizational structure of tourism, with especially singled out governing bodies both at the national and regional levels of the Czech Republic, as well as the tourism development plans in the Czech Republic (development strategy, medium-term and short-term plans), which encourage employment and the need for permanent education and training of employees in tourism. The characteristics of the tourist labor market in the Czech Republic, its scope, dynamics and structure are analyzed based on various criteria.

The goal is to show that tourism in the Czech Republic is a fast-growing sector that has a significant influence on the creation of new employment opportunities for the entire population, which is reflected in the improvement of the general living standard.

In the creation of this paper, authors used a cabinet research of the available literature and relevant data of competent institutions and organizations in the Czech Republic, with utilization of dialectical and synthetic methods, as well as methodological procedures: analysis, synthesis, deduction, etc.

**Keywords:** tourism, tourist labor market, employment, tourism, Czech Republic.



## Uvod

Turizam u Češkoj Republici beleži značajan rast i razvoj u post-komunističkom periodu, a naročito od 2005. godine, kada je ona postala članica Evropske Unije. Broj turista (domaćih i inostranih) u 2006. godini iznosio je 12,7 miliona, a u 2019. godini 22 miliona. U 2021. godini turistički sektor generisao je oko 3,36 milijardi US dolara, što korespondira sa učešćem od 1,5% u bruto domaćem proizvodu (BDP) i oko 9% svih prihoda od međunarodnog turizma u Istočnoj Evropi. (<https://www.worlddata.info/europe/czechia/tourism.php> pristup 23.03.2024.)

Glavne ekonomske prednosti turizma uključuju: doprinos proizvodnji bruto domaćeg proizvoda, pozitivan uticaj na platni bilans države, razvoj malih i srednjih preduzeća, razvoj međuregionalne saradnje, otvaranje novih radnih mesta i dr. (Ćosić, M., 2019) Drugim rečima, turizam je važna ekonomska aktivnost sa veoma pozitivnim uticajem na ekonomski rast i zaposlenost na nacionalnom i regionalnom nivou. U 2021. godini ukupan broj stanovnika u Češkoj Republici bio je 10,67 miliona, a ukupan broj zaposlenih 5.357.691 ljudi. U strukturi ukupnog broja zaposlenih 4.937.952 lica bila su državljani Češke Republike, a ostalo su bili stranci. Na osnovu navedenih podataka može se zaključiti da je, u 2021. godini, udeo radno aktivnog stanovništva<sup>1</sup> u njegovom ukupnom broju iznosio 46,3%. Takođe, ukupan broj ljudi zaposlenih u turizmu, u istoj godini, iznosio je 215.233, što čini 4,02% od ukupnog broja zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji.

Turizam u Češkoj Republici bio je jedan od, sa svih aspekata, najugroženijih sektora nacionalne ekonomije u 2020. godini, zbog širenja pandemije virusa COVID-19 i uvođenja neophodnih mera za njeno suzbijanje. U turizmu je 2019. godine radilo oko 239.506 ljudi, što je činilo 4,41% u odnosu na ukupan broj zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji, odnosno svaki 23. zaposleni u Češkoj Republici radio je u ovom sektoru. Za vreme trajanja pandemije svaki deseti radnik i svaki sedmi

<sup>1</sup> U ovu kategoriju spadaju lica od 15 do 65 godina starosti, državljani Češke Republike.

preduzetnik napustio je sektor turizma, a različiti programi podrške pomogli su mnogim zaposlenima da lakše prebrode tešku situaciju u kojoj su se našli.

Do 2019. godine turizam je beležio postepen, ali stabilan rast, sa učešćem u bruto domaćem proizvodu, u navedenoj godini, od 2,8% (što je bilo više od sektora poljoprivrede, šumarstva i ribarstva zajedno), dok je u 2020. godini to učešće palo na 1,2%. (<https://www.statista.com/statistics/1060795/tourism-ratio-on-gdp-czechia/> pristup 2.4.2024.)

Takođe, i broj turista (domaćih i inostranih) opao je sa 22 miliona u 2019. godini na 10,8 miliona u 2020. godini. Blagi rast broja turista zabeležen je već u 2021. godini i iznosio je 11,4 miliona, a od tog broja stranih turista bilo je 2,6 miliona.

Procene su da će se turizam u Češkoj Republici vratiti na nivo iz 2019. već u 2024. ili najkasnije u 2025. godini.

Povoljan geografski položaj Češke Republike, kao i brojne prirodne i antropogene atraktivnosti, doprinose razvoju različitih turističkih proizvoda ove destinacije, umnogome povezanih sa unikatnom češkom tradicijom. Turističku ponudu Češke Republike čine sledeći vidovi turizma: gradski (city breaks), kulturni, banjski (wellness i spa – postoji 36 banja, od kojih se tri nalaze na UNESCO listi svetske kulturne baštine), poslovni, zdravstveni, kao i turizam posebnih interesovanja (avanturistički turizam, festivali i događaji, turizam zabave, industrijsko nasleđe – posete čuvenim češkim fabrikama, iz različitih privrednih delatnosti, npr. isticanje značaja kristala iz Severne Bohemije, kroz posetu manufakturama u kojima umetnici kombinuju tradiciju i savremenu umetnost, gastronomski i vinski, kao i ponuda svetski čuvenih čeških piva i dr).

Ovako diferenciran turistički proizvod Češke Republike svara prostor za dalji rast i razvoj turizma, kao i za povećanje broja zaposlenih u okviru veoma brojnih i heterogenih zanimanja u turizmu.

Na žalost, ne smeju se zanemariti ni aktuelne pretnje turizmu, zbog ratnih sukoba u Ukrajini i na Bliskom Istoku.

## Makroorganizaciona struktura turizma Češke Republike

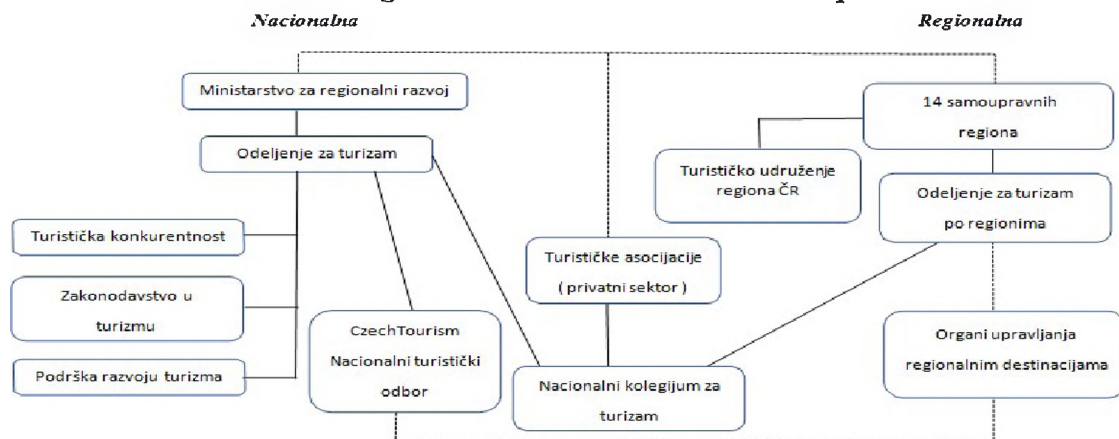
Turizam je u nadležnosti Ministarstva za regionalni razvoj<sup>2</sup> u okviru centralnih državnih organa Češke Republike.<sup>3</sup> Ovo ministarstvo zaduženo je za pripremu zakona, praćenje i prikupljanje turističke statistike, regionalni razvoj i podršku kvalitetu turističkih usluga.

Na organizaciju turizma snažno utiču administrativni sistemi 14 jedinica teritorijalne uprave, odnosno regiona. Ovi regioni su: Prag, Južna Bohemija, Južna Moravska, Karlove Vari, Hradec Kralovi, Liberec, Moravsko-Šleski, Olomouc, Pardubice, Plzeň, Centralna Bohemija, Usti, Žlín i Visočina. Saradnja nacionalne i regionalnih turističkih organizacija definisana je marketinškom strategijom češkog turizma.

Vladina agencija CzechTourism osnovana je 1993. god. od strane Ministarstva za regionalni razvoj i zadužena je za promociju turizma Češke Republike, kao i za koordiniranje, pružanje usluga i metodološke pomoći regionima i drugim organizacijama u oblasti promocije i marketinga u turizmu. U svakom regionu imenovan je koordinator za usklađivanje marketinških aktivnosti turističkih organizacija u regionu, koji blisko saraduju sa agencijom CzechTourism.

Na Slici 1. predstavljena je makroorganizaciona šema turizma Češke Republike, sa posebno izdvojenim upravljačkim telima kako na nacionalnom, tako i na regionalnim nivoima. Takođe, može se primetiti da centralno mesto zauzimaju Turističke asocijacije, koje reprezentuju privatni sektor pružaoca usluga u turizmu, pre svega asocijacije hotelskih preduzeća, kao i turističkih agencije i turoperatora.

**Slika 1. Makroorganizaciona šema turizma Češke Republike**



**Izvor :** Autori - prema Ministarstvu za regionalni razvoj Češke Republike 2022 (<https://mmr.gov.cz/en/ministerstvo/cestovni-ruch> pristup 26.03.2024)

Pored javnog sektora, turističku privredu čine i pružaoci turističkih usluga, kao nosioci poslovne politike na turističkom tržištu: prevoznici, u onom delu u kojem pružaju usluge turistima (vazdušni, rečni, železnički, drumski saobraćaj – iznajmljivanje vozila); smeštajni objekti i ugostiteljski objekti za ishranu i piće (hoteli/moteli, kuće za iznajm-

ljivanje, vile i planinske kuće, apartmani, kampovi, rekreativni centri, restorani, barovi i dr); izgrađene atraktivnosti (znamenite zgrade, spomenici kulture, centri za zabavne aktivnosti, tematski parkovi), turističke agencije i turoperatora, kao i tzv. održavajuće usluge (usluge turističkih vodiča, putno osiguranje i finansijske usluge, prodaja turističke štampe, usluge marketinga, prodaja pisanih vodiča i redova vožnje, obrazovanje i trening u privatnim institucijama i dr). (Holloway, J.C., Taylor N. 2006, str. 167–168)

<sup>2</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR - MMR

<sup>3</sup> Planirano je da se u dogledno vreme formira odvojeno Ministarstvo za turizam, što će svakako doprineti većoj posvećenosti rastu i razvoju turizma u okviru češke privrede.

Takođe, treba istaći da većina turističkih preduzeća pripada privatnom sektoru. Izuzeci su određeni državni subjekti, ali ovaj fenomen se retko javlja u tržišnoj ekonomiji, kakva je u Češkoj Republici. Primer je hotel Thermal u Karlovim Varima, koji je u vlasništvu države i koji kontroliše Ministarstvo finansija.

### Planovi razvoja turizma u Češkoj Republici

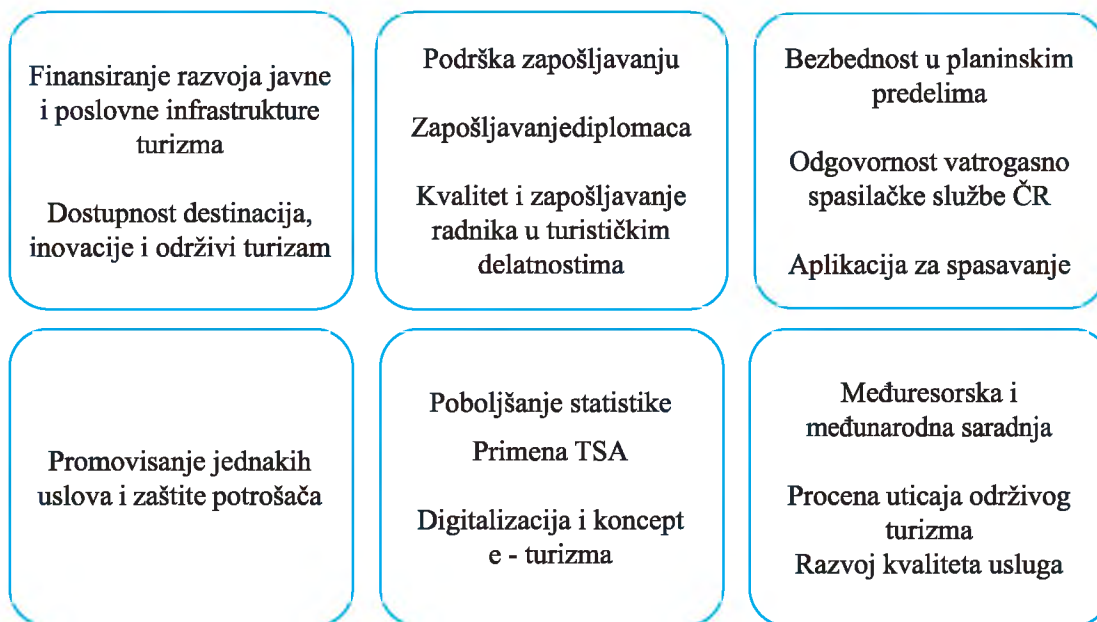
*Strategija razvoja turizma Češke Republike* za period 2021–2030, usvojena 2021. godine, predstavlja okvir u kojem se razvija njena turistička politika. U fokusu ove Strategije je povećanje konkurentnosti turističkog sektora na nacionalnom i regionalnom nivou, kako bi se povećali i ekonomski učinci, tj. turistički promet i turistička potrošnja, uz istovremeno postizanje ravnoteže između ekonomskih, društveno-kulturnih i ekoloških pitanja. Pored sredstava koja se svake godine izdvajaju iz nacionalnog budžeta za podsticanje razvoja turizma, fondovi EU predstav-

ljaju važan mehanizam za podršku turizmu u periodu 2021–2030. godine, uključujući i ulaganja u turističku infrastrukturu.

Takođe, Strategija razvoja turizma ima za cilj da Češka Republika sa 38. mesta u 2019. godini napreduje do 30. mesta na WEF indeksu konkurentnosti<sup>4</sup> putovanja i turizma do 2029. godine. Ovaj cilj postavljen je u kontekstu strukturnih reformi, menjajući percepciju turizma, kako unutar vlade, tako i šire javnosti.

Na Slici 2 predstavljena je šema *srednjoročnih i dugoročnih mera* za period 2021–2030. godina, koje se moraju kontinuirano sprovesti. Prioriteti uključuju unapređenje sistema upravljanja i finansiranja turizma, razvoj inovativnih ponuda i iskustava, stimulisanje tražnje, razvoj međuresorsne i međunarodne saradnje i **fokusiranje na zaposlene kao ključnu odrednicu kvaliteta turističkog iskustva**. Takođe, imalo se u vidu da i potrošači iskazuju veća očekivanja, naročito u pogledu preferencija za onlajn komunikaciju, kao i u pogledu primene higijenskih i bezbednosnih protokola.

*Slika 2. Šema srednjoročnih i dugoročnih mera za period 2021–2030 godina*



*Izvor : Autori – prema Ministarstvu za regionalni razvoj Češke Republike 2022 (<https://mmr.gov.cz/en/ministerstvo/cestovni-ruch> pristup 26.03.2024)*

<sup>4</sup> Rang lista Globalne konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma (WEF).



Operacionalizacija Strategije vrši se putem definisanja i implementacije *akci- onih planova* za svaku godinu. Trenutni izazovi visokog prioriteta (akcioni plan za 2022–2023. godinu) uključuju ponovno pokretanje razvoja turizma nakon pande- mije virusa COVID-19, podizanje kvaliteta usluga, unapređivanje statističkih podataka i usvajanje i primenu programa podrške ra- zvoju regionalnog turizma. Ministarstvo za regionalni razvoj u saradnji sa Zavodom za statistiku Češke Republike, izrađuje projekat implementacije turističke statistike, koji ima za cilj unapređivanje i proširenje statističkih podataka, prvenstveno vezanih za dolazak stranih turista u Češku Republiku. Radi se, zapravo, o implementaciji tzv. satelitskog obračunavanja (Tourism Satellite Account- ing – TSA), koji je pokrenula Statistička komisija Ujedinjenih nacija 2001. godine, sa ciljem da se prati uticaj turizma na potrošnju, uvoz i izvoz, kapitalne investicije, bruto do- maći proizvod i zaposlenost. Takođe, jedan od važnih zadataka je i razvoj informacio- nog sistema na regionalnim nivoima, koji je trenutno nedovoljno razvijen, kao i isticanje lokalne autentičnosti i održivih praksi.

### **Karakteristike turističkog tržišta rada u Češkoj Republici**

Češka Republika je u poslednjoj dece- niji pretrpela opsežne strukturne promene u ekonomskim aktivnostima, što je dovelo i do značajnih promena na tržištu rada. Ove promene podrazumevaju prelazak na moder- nije usluge i smanjenje udela ljudi zaposle- nih u sektoru građevinarstva i poljoprivrede. Drugim rečima, dolazi do povećanja učešća terciarnog sektora i smanjenja učešća pri- marnog i sekundarnog sekora u nacionalnoj ekonomiji. Veliko povećanje broja diploma- ca univerziteta, u protekloj deceniji, dovelo je do većeg broja zaposlenih sa univerzitet- skom diplomom, u svim sektorima privrede. (Beránek, J., 2013)

Navedeni rezultati ekonomskog restruk- turiranja na nivou nacionalne ekonomije uti- cali su i utiču i na turističko tržište rada, mesto gde se tražnja za radnom snagom susreće sa

ponudom radne snage i gde se, prvenstveno na osnovu odnosa ponude i tražnje za radnom snagom, ali i drugih faktora (znanja, veština i ukupnih kompetencija zaposlenih) formira cena rada i zarade zaposlenih u turizmu, o ko- jima će biti reči u nastavku ovog rada.

Tržište rada ima brojne karakteristike (veličina, elastičnost, geografska distribuci- ja, tehnološka kompleksnost i status, npr: osnovno ili sekundarno; domaće ili interna- cionalno<sup>5</sup> i dr).

*Osnovno tržište rada* čine ljudi koji su kroz obrazovanje, obuke i iskustvo posveće- ni jednoj privrednoj delatnosti ili čak jednoj grani u okviru te delatnosti. To su ljudi koji nameravaju da napreduju u karijeri u okvi- ru određene delatnosti, a veoma često vide svoje mogućnosti u nacionalnim, pa i inter- nacionalnim okvirima. Iz tog razloga je ve- čina njih mobilna, kako geografski tako i po pitanju preduzeća, tj. kompanije. U turizmu, u ovu grupu spadaju npr. menadžeri hotela i turističkih agencija (na različitim hijerarhij- skim nivoima u organizacionoj strukturi), re- cepcioneri, kuvari, osoblje koje radi u koktel barovima i dr. Dakle, u ovu kategoriju spa- daju svi zaposleni koji rade u preduzećima koja su neposredno vezana za turizam, a čiji je angažman najčešće sa tzv. *punim radnim vremenom* (full time).

Sa druge strane, *sekundarno tržište rada* čine ljudi čije veštine mogu biti od koristi poslodavcu, ali koji nisu karijerom vezani za jednu privrednu delatnost. Za njih je važnija geografska oblast u kojoj rade nego karijera. U ovu grupu spadaju domaćice, studenti, ne- kvalifikovani radnici koji su odlučili da rade u određenoj delatnosti samo da bi zaradili novac, a ne zato što su joj istinski posveće- ni. Oni kojima je rad u turizmu samo dodatni izvor prihoda, najčešće se angažuje sa tzv. „*nepunim*“ *radnim vremenom* (part time). U sekundarno tržište rada spadaju i ljudi koji imaju takve kvalifikacije da mogu da rade u bilo kojoj delatnosti, kao na primer, sekreta- rice, radnici koji rade na održavanju, knjigo- vođe, informatičari i dr.

<sup>5</sup> Struktura zaposlenih u turizmu Češke Republike na osnovu podele na državljane i strance, biće razmatrana putem analize Tabele 5.



Važno je naglasiti da je na svetskom turističkom tržištu veoma izražena polarizacija. Na jednoj stani je relativno mali broj srednjih i posebno velikih turističkih, najčešće multinacionalnih kompanija (u oblasti hotelskog poslovanja, turoperatorskog i agencijskog poslovanja, avio-saobraćaja i drugim delatnostima), u kojima je prisutna izražena koncentracija zaposlenih i sredstava. Sa druge strane, za turizam je karakteristično dominantno prisustvo velikog broja mikro i malih organizacija, često porodičnog tipa („family-run business“ ili „mom and pop industry“), sa samo jednim objektom i nekoliko zaposlenih. Mnoga preduzeća u turizmu u Češkoj Republici posluju po principu porodičnog entiteta. U tom kontekstu, Češki zavod za statistiku formuliše dve kategorije zaposlenih (bilo da su sa osnovnog ili sekundarnog tržišta rada):

- zaposleni – sva lica koja su zaposlena po ugovoru i dobijaju nadoknadu za svoj rad;
- samozaposleni – lica koja su vlasnici ili suvlasnici preduzeća u kojima su zaposleni, kao i članovi njihovih domaćinstava, za koje je delatnost u porodičnoj firmi primarni posao.<sup>6</sup>

Turizam i direktno i indirektno utiče na zaposlenost. Sa jedne strane, direktan uticaj odnosi se na tzv. *direktno zapošljavanje*, kako sa osnovnog, tako i sa sekundarnog tržišta rada, u organizacijama turističke privrede koje neposredno čine njegovu heterogenu strukturu, o čemu je prethodno bilo reči. 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).<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Turizam u Češkoj Republici odlikuje visok procenat samozaposlenih ljudi, što će biti predmet analize Tabele 2.

<sup>7</sup> Indirektni poslovi su oni koji, po svojoj prirodi, nisu direktno povezani sa turizmom, već imaju značajan uticaj na njihovo postojanje. Uključuju prevodioce, pekare na destinaciji ili vozače javnog prevoza, poslove u izgradnji smeštajnih i rekreativnih objekata, prodaju i popravku motornih vozila, prodaju goriva, snabdevanje restorana, dobavljanje opreme za smeštajne kapacitete i ugostiteljske objekte uopšte i sl.

U kontekstu *indirektnog zapošljavanja*, naglašava se tzv. *multiplikativni efekat turizma na zapošljavanje*, koji se zasniva na činjenici da turističke kompanije ostvaruju prihode od posetilaca, te prihode preduzeća ulažu u potrošnju, kao što je kupovina dodatnih sirovina ili investicija, čime se stvara veća potražnja i utiče na zapošljavanje u drugim, indirektno povezanim oblastima. Zahvaljujući navedenom višestrukome efektu, turizam se često naziva sektorom koji generiše najviše radnih mesta. (Tribe, J. 2011. str. 288–289)

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)<sup>8</sup>, a sa ciljem da se bez zastoja i shodno povećanom obimu tražnje u tom periodu plasiraju proizvodi i usluge inostranim i domaćim turistima na tipično turističkom području. Međutim, koliko god je zapošljavanje sezonske radne snage neophodno, ono bitno utiče na obavljanje radnih operacija i na 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 turističkog preduzeća da obezbedi željeni kvalitet, imidž, konkurentnost i profit. Sa druge strane, preduzeće 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, uklupe u kolektiv i

<sup>8</sup> Izražena sezonalnost u poslovanju nije prisutna u velikim gradovima, poput glavnog grada Praga.

identifikuju sa politikom turističkog preduzeća. (Delić. J, 2009. str. 44)

*Česte fluktuacije zaposlenih u turizmu* su, pored uticaja sezonalosti poslovanja, izazvane i delovanjem brojnih drugih faktora, kao što su: uslovi rada, nagrađivanje, psihofizičke predispozicije za obavljanje radno intenzivne delatnosti i dr. Paradoksalno je, na primer, da su primanja zaposlenih u turizmu po pravilu relativno niska (što je situacija na gotovo svakom turističkom tržištu). Što se tiče *uslova rada u turizmu*, važno je naglasiti da oni obuhvataju rad u objektivno otežanim okolnostima pri izvršavanju pojedinih operacija (npr. rad u kuhinji tokom leta) ili uz *izražene fiziološke napore* (npr. dugo stajanje ili hodanje). Stoga je za zaposlene koji obavljaju ove vrste poslova neophodna i znatna fizička izdržljivost (snaga). Takođe, u ovoj radno-intenzivnoj delatnosti, zaposleni (posebno na prvoj liniji usluživanja) izloženi su i značajnim psihološkim naporima i *stresu*. Dakle, za rad u turizmu 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 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. Takođe, karakteristično za uslove rada u turističkom poslovanju je i *rad u smenama, uključujući i noćni rad, 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. Sve to stvara brojne probleme sa stanovišta organizacije i preraspodele radnog vremena, godišnjih odmora, slobodnih dana i sl. Kao posledica navedenih uslova rada u turizmu javljaju se, neretko, i profesionalna oboljenja zaposlenih, pa i taj aspekt treba imati u vidu. (Delić. J, 2009. str. 44)

Pored prethodno iznetih specifičnosti turističkog tržišta rada, u nastavku će se analizirati broj zaposlenih i zarade zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici, kao i struktura zaposlenih u turizmu prema stepenu obrazovanja, polu, godinama starosti i podeli na državljane i strance.

### Broj zaposlenih i zarade u turizmu u Češkoj Republici

Češki zavod za statistiku (Czech Statistical Office – u nastavku CZSO) počeo je 2008. godine da sastavlja takozvani Modul zaposlenosti u turizmu u Češkoj Republici (sa referentnim podacima od 2003. godine). Navedeni Modul pruža informacije (putem sistema, ukupno 11 kvalitativno različitih, tabela) o značaju i doprinosu turizma za nacionalnu ekonomiju sa apreksa zapošljavanja, a koje obuhvataju: broj ljudi zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji i u turizmu, kao i po delatnostima turističke privrede, sezonalnosti, radnoj šemi (puno radno vreme/nepuno radno vreme – honorarni rad), nivou obrazovanja, polu, starosnoj kategoriji, učešću državljana i stranaca itd. Takođe, on ukazuje i na najvažnije makroekonomske pokazatelje industrija povezanih sa turizmom u Češkoj Republici.

Turizam je radno intenzivna delatnost, jer je zbog karaktera usluga, tj. potrebe neposrednog kontakta sa potrošačima prilikom pružanja turističkih usluga nemoguće, kao u nekim drugim delatnostima, izvršiti značajniji obim automatizacije.<sup>9</sup> Tabela 1 prikazuje zbirne pokazatelje *zaposlenosti u nacionalnoj ekonomiji i turizmu* Češke Republike, u periodu od 2017. do 2021. godine, izražene u apsolutnim i relativnim vrednostima.

U 2021. godini ukupan broj stanovnika u Češkoj Republici bio je 10,67 miliona, a ukupan broj zaposlenih 5.357.691 ljudi. U struk-

<sup>9</sup> Ipak, 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 preduzećima. Ove promene se odražavaju i na sastav personala i neophodnost njihovog permanentnog obrazovanja i obučavanja.





**Tabela 1.** Zbirni pokazatelji zaposlenosti u nacionalnoj ekonomiji i turizmu u Češkoj Republici za period 2017–2021.

Pokazatelj	2017	2018	2019	2020	2021
N° zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji	5,345,814	5,417,110	5,430,344	5,337,203	5,357,691
samozaposleni	767,398	766,876	755,248	732,040	703,488
Zaposleni	4,578,416	4,650,234	4,675,096	4,605,163	4,654,203
N° osoba zaposlenih u turizmu	235,178	238,337	239,506	220,663	215,233
samozaposleni	41,705	41,555	40,731	36,786	35,173
Zaposleni	193,473	196,782	198,775	183,877	180,060
% zaposlenih u turizmu u odnosu na ukupan broj zaposlenih u nac. ekonomiji	4.40	4.40	4.41	4.13	4.02

*Izvor : Autori – prema podacima CZSO 2023 (www.czso.cz/csu/czso/tourism\_employment\_module pristup – 28.03.2023.)*

turi ukupnog broja zaposlenih 4.937.952 lica bila su državljani Češke Republike, a ostalo su bili stranci. Na osnovu navedenih podataka može se zaključiti da je, u 2021. godini, udeo radno aktivnog stanovništva (državljan Češke Republike) u njegovom ukupnom broju iznosio 46,3%. Takođe, ukupan broj ljudi zaposlenih u turizmu, u istoj godini, iznosio je 215.233, što je činilo 4,02% od ukupnog broja zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji. Skoro 84% (180.060) od ovog broja činila su zaposlena lica, a ostatak (35.000) su bili samozaposleni. U 2021. godini, udeo samozaposlenih u nacionalnoj ekonomiji bio 13,1 %, dok je udeo samozaposlenih u turizmu iznosio 16,7 % od ukupnog broja svih lica koja su radila u turizmu, To se odnosi na činjenicu da je u turizmu veliki broj mikro i malih preduzeća, u kojima je opšte pravilo da su vlasnici i /ili članovi porodice uključeni u vođenje posla.

Pad broja zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji u 2021. godini u odnosu na 2019. godinu iznosio je oko 73.000, a u turizmu oko 25.000. Takođe, u 2019. godini, broj zaposlenih u turističkom sektoru činio je 4,41% od ukupnog broja zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji, dok je u 2021. godini iznosio 4,02%. Predviđanja su da će se u 2024. godini, a najkasnije u 2025. godini, ukupna nacionalna ekonomija Češke Republike vratiti na nivo pre pandemije. Navedena predviđanja odnose se, svakako, i na turističku privredu. Međutim, ne treba zanemariti pretnje iz okruženja, poput ratnih sukoba u Ukrajini

i na Bliskom Istoku, koji već sada utiču na globalnu ekonomiju.

U Tabeli 2 predstavljeni su podaci o broju zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici po delatnostima turističke privrede u 2021. godini, uz izdvajanje kategorija samozaposlenih i zaposlenih ljudi.

Kada je reč o broju zaposlenih u turizmu po delatnostima u 2021. godini, 69% zaposlenih radilo je na poslovima karakterističnim za turizam. To pre svega podrazumeva delatnosti kao što su usluge smeštaja, usluge posluživanje hrane i pića, prevoz putnika, turističke agencije i turoperatore, kulturne, sportske i druge rekreativne usluge. Oko 62 hiljade ljudi radilo je u delatnostima koje se odnose na pružanje usluga posluživanja hrane i pića, a oko 33 hiljade u onima koje se odnose na pružanje usluga smeštaja. Skoro 9,4 hiljade ljudi radilo je u delatnosti turističkih agencija i turoperatora. Svi prethodno navedeni podaci odnose se na direktno zapošljavanje.

Osim delatnosti karakterističnih za turizam, udeo zaposlenih u delatnostima koje su srodne, tj. povezane sa turizmom, u ukupnom broju zaposlenih u turizmu, bio je 29% (oko 62 hiljade), a u delatnostima koje nisu specifične za turizam, 1,7% (oko 3,5 hiljade). Drugim rečima, radi se o indirektnom zapošljavanju, karakterističnom za turizam, o kojem je bilo reči.

Od ukupnog broja zaposlenih u turističkoj privredi, 84% činili su zaposleni, a 16% samozaposleni. Ako se pogledaju pojedinačne



**Tabela 2. Broj zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici po delatnostima turističke privrede u 2021. godini**

Turizam	N° zaposlenih u turizmu		
	Samozapo.	Zaposleni	Total
1 - Hoteli i drugi smeštajni objekti	3,814	29,215	33,029
2 - Restorani i drugi ugostiteljski objekti za ishranu i piće	12,447	49,609	62,056
3 - Železnički saobraćaj	0	12,252	12,253
4 - Putnički drumski saobraćaj	1,065	11,166	12,231
5 – Vodeni saobraćaj	2	41	44
6 – Avio saobraćaj	0	1,703	1,703
7 – Ostale usluge prevoza putnika	55	3,960	4,015
8 - Iznajmljivanje opreme za prevoz putnika	21	116	137
9 - Turističke agencije i turoperator	2,008	7,423	9,431
10 – Delatnosti koje pružaju usluge u kulturi	1,948	9,711	11,659
11 - Sportske i druge rekreativne usluge	676	1,966	2,642
Delatnosti karakteristične za turizam	22,037	127,163	149,200
Srodne delatnosti	12,691	49,836	62,526
Delatnosti koje nisu specifične za turizam	446	3,061	3,506
Total	35,173	180,060	215,233

*Izvor: Autori – prema podacima CZSO 2023 ([www.czso.cz/csu/czso/tourism\\_employment\\_module](http://www.czso.cz/csu/czso/tourism_employment_module) pristup – 28.03.2023.)*

delatnosti u turističkoj privredi, udeo samozaposlenih lica u oblasti „restorani i drugi ugostiteljski objekti za ishranu i piće“ u ukupnom broju zaposlenih u ovoj delatnosti, bio je 20%, dok je nešto veći udeo bio u delatnosti „turističke agencije“, 21,3 %. Nasuprot tome, svi radnici u železnici ili avio prevozu bili su zaposleni (u ovim delatnostima ne postoje preduzetnici), a u vodenom saobraćaju beleže se samo 2 samozaposlena, što ukazuje na dominaciju velikih kompanija u ovim delatnostima.

Na početku analize turističkog tržišta, pomenuta je *podela na zaposlene sa punim radnim vremenom* (ljudi koji u turističkoj privredi obavljaju svoj primarni posao) i tzv. „nepunim“ radnim vremenom (ljudi koji rade honorarno u turističkoj privredi). U Tabeli 3 upravo je prezentovan broj zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici, na osnovu navedene podele, a podaci se odnose na 2021. godinu.

Iz perspektive puno radno vreme/honorarni rad, jasno je da je većina ljudi u turizmu zaposlena sa punim radnim vremenom, tj. 93% (200.204 ljudi), u odnosu na 15.029 „part-time“ zaposlenih. Kada se posmatraju

kategorije „samozaposleni“ i „zaposleni“, takođe je uočljiva dominacija ljudi zaposlenih sa punim radnim vremenom.

Visok udeo honorarnog rada u aktivnostima karakterističnim za turizam nalazi se u delatnostima koje pružaju usluge u kulturi (12%), hotelskom biznisu (9%), i oblasti „restorani i drugi ugostiteljski objekti za ishranu i piće“ (7%). Treba imati u vidu da su u Tabeli 3 predstavljeni prosečni godišnji podaci, a da je navedena struktura znatno različita, kada su u pitanju meseci u letnjoj ili zimskoj turističkoj sezoni, jer je u turizmu izražena sezonalnost poslovanja, o kojoj je bilo reči.

Već je napomenuto da su *primanja zaposlenih u turizmu* relativno niska, što je jedan od faktora koji utiče na njihove česte fluktuacije. U Tabeli 4 predstavljene su bruto plate (uključujući i bonuse) zaposlenih na poslovima karakterističnim za turizam u Češkoj Republici u 2023. godini, iskazane u češkim krunama i eurima, kao i podatak o prosečnoj bruto plati na nivou države.

Na prvom mestu, prema iznosu bruto plata, nalaze se zaposleni na menadžerskim



**Tabela 3. Broj zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici na osnovu statusa puno radno vreme/honorarni rad u 2021. godini**

Turizam	N° zaposlenih u turizmu			Samozaposleni			Zaposleni		
	Puno radno vreme	Honorar.	Total	Puno radno vreme	Honorar.	Total	Puno radno vreme	Honorar.	Total
1 – Hoteli i drugi smeštajni objekti	30,217	2,812	33,029	3,270	544	3,814	26,948	2,268	29,215
2 – Restorani i drugi ugostiteljski objekti za ishranu i piće	57,723	4,334	62,056	12,029	419	12,447	45,694	3,915	49,609
3 – Železnički saobraćaj	12,147	106	12,253	0	0	0	12,147	106	12,252
4 – Putnički drumski saobraćaj	12,026	205	12,231	1,050	15	1,065	10,976	191	11,166
5 – Vodeni saobraćaj	44	0	44	2	0	2	41	0	41
6 – Avio saobraćaj	1,659	44	1,703	0	0	0	1,659	44	1,703
7 – Ostale usluge prevoza putnika	3,922	92	4,015	41	14	55	3,881	79	3,960
8 – Iznajmljivanje opreme za prevoz putnika	132	5	137	21	0	21	111	5	116
9 – Turističke agencije i turoperator	9,005	426	9,431	1,986	22	2,008	7,019	404	7,423
10 – Delatnosti koje pružaju usluge u kulturi	10,253	1,406	11,659	1,712	236	1,948	8,542	1,169	9,711
11 – Sportske i dr. rekreativne usluge	2,386	257	2,642	623	53	676	1,762	204	1,966
Delatnosti karakteristične za turizam	139,513	9,687	149,200	20,733	1,304	22,037	118,780	8,384	127,163
Srodne delatnosti	57,338	5,189	62,526	11,545	1,146	12,691	45,793	4,043	49,836
Delatnosti koje nisu specifične za turizam	3,353	153	3,506	423	22	446	2,929	131	3,061
Total	200,204	15,029	215,233	32,702	2,471	35,173	167,502	12,558	180,060

*Izvor: Autori – prema podacima CZSO 2023 ([www.czso.cz/csu/czso/tourism\\_employment\\_module](http://www.czso.cz/csu/czso/tourism_employment_module) pristup - 28.03.2023.)*

**Tabela 4: Poređenje bruto plata zaposlenih na poslovima karakterističnim za turizam u Češkoj Republici u 2023. godini**

Opis posla	Prosečna mesečna bruto plata u CZK = EUR
Domar	17 475 – 31 048 = 715 – 1270
Portir	17 300 – 31 455 = 708 – 1288
Spremačica	19 618 – 35 861 = 803 – 1469
Vodič	17 300 – 36 469 = 708 – 1494
Recepcionarka	19 125 – 37 387 = 780 – 1500
Barmen	22 380 – 40 981 = 900 – 1670
Agent prodaje	23 637 – 41 931 = 970 – 1717
Kuvar	21 486 – 43 714 = 880 – 1790
Domaćica hotela	19 441 – 47 753 = 790 – 1956
Stjuard	27 104 – 47 642 = 1110 – 1950
Prosečna bruto plata u Češkoj	34 741 = 1423

*Izvor: Autori – prema podacima CZSO 2023 ([www.czso.cz/csu/czso/tourism\\_employment\\_module](http://www.czso.cz/csu/czso/tourism_employment_module)) i Salaries in Czech Republic <https://www.platy.cz/en/salaryinfo/tourism-gastro-nomy-hotel-business/waiter> pristup – 28.03.2023.*

pozicijama (između 74.141 i 310.687 CZK), dok se bruto plate zaposlenih izvršilaca u turizmu nalaze na 616. mestu. Može se uočiti da su bruto plate zaposlenih, na više od polovine poslova karakterističkih za turizam koji su predstavljeni u Tabeli 4, veće u odnosu na prosečnu bruto platu na nivou države, s tim što se ne sme izgubiti iz vida da je reč o bruto platama, a da su neto plate značajno manje, kao i da su u pitanju prosečne godišnje zarade.

Mnogi poslovi u turizmu ne zahtevaju više kvalifikacije, što takođe utiče na to da su prosečne bruto zarade zaposlenih na poslovima tipičnim za turizam relativno niske. Pored toga, posebno za obavljanje takvih, nekvalifikovanih poslova (npr. posao sobarice), često se zapošljava jeftina radna snaga iz inostranstva<sup>10</sup>, kao i tzv. ilegalni radnici (bez zvaničnog ugovora i uz izbegavanja zakonskih obaveza kao što su poresko, socijalno i zdravstveno osiguranje), što dodatno utiče na smanjivanje cene rada. Međutim, treba imati u vidu da se sve prethodno navedeno može negativno odražavati i na motivaciju zaposlenih, kvalitet radnih operacija i posvećenost zaposlenih postizanju većeg kvaliteta uslužnog programa i ukupnog kvaliteta organizacije u turizmu. Stoga se pitanju zarada mora posvetiti veća pažnja u budućnosti.

### Struktura zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici

Iz heterogene strukture turizma, a u zavisnosti od vrste turističke usluge, složenosti posla koji se obavlja i zakonskih propisa koje treba ispuniti u turističkim preduzećima, proizilazi i heterogena struktura zanimanja i heterogena kvalifikaciona struktura<sup>11</sup>. Kada se analiziraju zaposleni prema kvalifikacionoj strukturi, može se zaključiti da je za preduzeća u turizmu, posebno ugostiteljska, karakteristično relativno skromno učešće zapo-

slenih sa najvišim stepenom školske spreme i stručnog obrazovanja, a značajno učešće onih koji nemaju nikakve kvalifikacije ili imaju najniži stepen kvalifikovanosti, što se može negativno odraziti na kvalitet obavljanja radnih operacija. Karakteristika obrazovne strukture u turizmu u Češkoj Republici je da preovladavaju zaposleni sa diplomama srednje škole, sa udelom od 83 % (179.000 ljudi) u ukupanom broju zaposlenih u turizmu, u 2021. godini.

Ipak, u preduzećima turističke privrede izuzetno značajnu ulogu imaju visokostručno obrazovani kadrovi različitih profila. Pored rukovodećih poslova (na različitim hijerarhijskim nivoima) u svim preduzećima turističke privrede, kao primer može se navesti i kreiranje uslužnog programa turoperatora, što je posebno složen posao koji zahteva visok nivo obrazovanja, kao i specijalizovana znanja iz različitih područja. Takođe, za turizam su karakteristični i specijalizovani kadrovi, prvenstveno vezani za izvršenje turističkih aranžmana – to su turistički vodiči i agencijski predstavnici, a kao novije zanimanje javljaju se i turistički animatori. Zaposleni sa fakultetskom diplomom imali su udeo od oko 10 % u ukupnom broju zaposlenih u turizmu u Češkoj Republici u 2021. godini, a u okviru ove kategorije zaposlenih, gotovo 33% radilo je u turističkim agencijama i turoperatorima.

Jedan od aspekata mobilnosti radne snage u okviru međunarodnog tržišta rada je i priznavanje kvalifikacija, što je pitanje kojim se trenutno bavi Savet obrazovanja UNWTO-a. Pored toga, znanje jezika veoma je važno za rad u turizmu, a najčešći uslov koji postavljaju globalne turističke korporacije je znanje najmanje tri svetska jezika.

Pojedina zanimanja u turizmu, posebno u ugostiteljstvu, tj. hotelijerstvu i restoraterstvu, pogoduju zapošljavanju ženske radne snage. Kao i u većini zemalja, u Češkoj Republici takođe je prisutan veći udeo zaposlenih žena u turizmu nego u nacionalnoj ekonomiji u celini. Žene su činile 54 % zaposlenih u turizmu u 2021. godine, dok je na nivou nacionalne ekonomije, taj procenat iznosio

10 Uglavnom iz bivših republika SSSR-a i pograničnih područja sa Slovačkom Republikom.

11 Kvalifikaciona struktura obuhvata strukturu prema školskoj spremljivosti (vrsta škole koju je zaposleni završio u zvaničnom obrazovnom sistemu, tj. institucijama, školama i fakultetima), kao i strukturu prema stepenu stručnog obrazovanja (kvalifikacioni stepen koji je zaposleni stekao završavanjem odgovarajuće škole, polaganjem ispita ili priznavanjem na osnovu rada).





44,5%. To je posebno izraženo u delatnosti „turističke agencije i turoperatori“, gde je bilo zaposleno oko 3.600 više žena u odnosu na muškarce, kulturi (2.800 više žena), hotelima (5.000 više žena) itd. Nasuprot tome, muška radna snaga u turizmu dominira u delatnostima drumskog (88% muškaraca), vodenog (75% muškaraca) i železničkog saobraćaja (73% muškaraca). (www.czso.cz/csu/czso/tourism\_employment\_module - pristup - 28.03.2023.)

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 preduzeća u turizmu moraju uzeti u obzir u procesu optimizacije svog kolektiva. Takođe, trebalo bi napraviti takvu politiku koja je blagonaklona prema porodici, u cilju pridobijanja još većeg broja žena (kojima zbog porodničnih okolnosti treba pružiti podršku i razne pogodnosti), putem mera koje treba da preduzmu poslodavci na zajedničkoj osnovi sa državnim organima.

U pogledu *strukture zaposlenih po starosnim grupama*,<sup>12</sup> na osnovu podataka Češkog zavoda za statistiku, može se zaključiti da je u turizmu u Češkoj Republici, u 2021. godini bio zaposlen veći procenat mladih ljudi (41%) nego što je to slučaj u ukupnoj nacionalnoj ekonomiji (35%). Sa aspekta delatnosti u turizmu, zaposleni mlađi od 35 godina bili su najviše zastupljeni u restoranima i drugim ugostiteljskim objektima za pružanje usluga posluživanja hrane i pića (55%). U oblasti sporta i rekreacije osobe do 35 godina starosti činile su 47%. (www.czso.cz/csu/czso/tourism\_employment\_module - pristup - 28.03.2023.) Međutim, treba imati u vidu da veliki broj mladih ljudi radi u turističkoj privredi privremeno, bez stalnog zaposlenja. Da bi se povećao njihov broj stalno zaposlenih, neophodno je, između ostalog, ponuditi bolje uslove za napredovanje u karijeri, uključujući obučavanje i lično usavršavanje.

12 Na osnovu kriterijuma „godine starosti“ izdvajaju se tri grupe zaposlenih: zaposleni mlađi od 35 godina, između 35 i 55 godina i zaposleni stariji od 55 godina.

Poslodavci treba da se okrenu i starijim osobama. Starosna diskriminacija, po mišljenju Instituta za upravljanje kadrovima, ne pogađa samo osobe preko 50 godina starosti. Žene se susreću sa diskriminacijom već nakon navršene 35. godine života, a muškarci nakon četrdesete.<sup>13</sup>

Pored *domaćeg*, važno je uzeti u obzir i *međunarodno tržište rada*. Naime, proširenjem Evropske unije 2004. (kada je i Češka Republika postala njena članica) i 2007. godine i uključivanjem novih tržišta rada, poslodavci su dobili veće mogućnosti za izbor radnika. Pitanje mobilnosti radne snage povezano je sa povećanjem globalizacije. U zavisnosti od stepena nezaposlenosti i potrebnih znanja, veština i ukupnih kompetencija radnika, radna snaga dolazi ili iz drugih oblasti ili iz drugih sektora tržišta rada. Liberalizacijom mogućnosti zapošljavanja, naročito u Evropskoj uniji, između ostalog i putem pristupanja Šengenskoj zoni<sup>14</sup> i sve većim brojem globalnih kompanija, kao što su hotelske i avio kompanije koje zapošljavaju radnike sa globalnog tržišta rada, sve je više mogućnosti za zaposlenje u turizmu koje prevazilaze granice država.

Modul zaposlenosti u turizmu u Češkoj Republici, prati i statističke podatke o strukturi zaposlenih u turizmu na osnovu odnosa državljanima/strancima<sup>15</sup>, što je predstavljeno putem Tabele 5.

Raspoloživi statistički podaci za 2021. godinu pokazuju da je ukupan broj zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji u Češkoj Republici iznosio 5.357.691, od kojih je državljanina bilo 4.937.952, a stranaca 419.739. Dakle, udeo stranaca u ukupnom broju zaposlenih u nacionalnoj ekonomiji bio je 7,8%, dok je

13 Takođe, diskriminaciji su često izložene i osobe koje su dugo nezaposlene, kao i pripadnici raznih manjinskih grupa.

14 Češka Republika potpisala je Šengenski sporazum 2003. godine, a njegova implementacija počela je 2007. godine

15 U kategoriju stranaca koji imaju pravo da rade na teritoriji Češke Republike spadaju: svi stanovnici zemalja potpisnika Šengenskog sporazuma, kao i rezidenti (fizička lica koja na teritoriji određene države imaju prebivalište ili centar poslovnih i životnih interesa, ili u zemlji boravi neprekidno ili sa prekidima 183 ili više dana u period od 12 meseci, koji počinje ili se završava u posmatranoj poreskoj godini). Svi ostali su nerezidenti, koji nemaju pravo na rad, osim pod određenim, zakonom propisanim, uslovima.



**Tabela 5. Struktura zaposlenosti u turizmu u Češkoj Republici na osnovu odnosa državljani/stranci u 2021. godini**

Turizam	N° turizam		
	Državljeni	Stranci	Total
1 – Hoteli i drugi smeštajni objekti	30,529	2,501	33,029
2 – Restorani i drugi ugostiteljski objekti za ishranu i piće	59,680	2,376	62,056
3 – Železnički saobraćaj	11,981	272	12,253
4 – Putnički drumski saobraćaj	12,116	115	12,231
5 – Vodeni saobraćaj	44	0	44
6 – Avio saobraćaj	1,363	340	1,703
7 – Ostale usluge prevoza putnika	4,015	0	4,015
8 – Iznajmljivanje opreme za prevoz putnika	111	26	137
9 – Turističke agencije i turoperatori	7,150	2,281	9,431
10 – Delatnosti koje pružaju usluge u kulturi	10,784	875	11,659
11 – Sportske i druge rekreativne usluge	2,562	80	2,642
Delatnosti karakteristične za turizam	140,336	8,865	149,200
Srodne delatnosti	58,688	3,838	62,526
Delatnosti koje nisu specifične	3,204	302	3,506
Total	202,228	13,005	215,233

*Izvor : Autori – prema podacima CZSO 2023 (www.czso.cz/csu/czso/tourism\_employment\_module pristup – 28.03.2023.)*

udeo stranaca u ukupnom broju zaposlenih u turizmu bio 6% (oko 13.000 ljudi) u 2021. godini.

U apsolutnim iznosima, najveći broj stranaca (ukupno 7.158 ljudi) radio je u sledećim delatnostima: hoteli i drugi smeštajni objekti (2.501 ljudi), restorani i drugi ugostiteljski objekti za ishranu i piće (2.376 ljudi) i turističke agencije i turoperatori (2.281 ljudi). Udeo broja zaposlenih stranaca u navedene tri delatnosti u ukupnom broju zaposlenih u turizmu iznosio je 3%, a u ukupnom broju zaposlenih u delatnostima karakterističnim

za turizam 4,8%. Kao i u slučaju podataka predstavljenih u Tabeli 3, treba imati u vidu da su u i Tabeli 5 predstavljeni prosečni godišnji podaci.<sup>16</sup>

U delatnostima „vodeni saobraćaj“ i „ostale usluge prevoza putnika“ nije zabeležen nijedan stranac.

<sup>16</sup> Takođe, sve podatke koji se odnose na broj zaposlenih stranaca treba uzeti sa izvesnom rezervom, jer zvanična statistika nema kompletne uvide, pa samim tim ne može da evidentira i analizira podatke koji se odnose na ljude koji rade nezakonito (tzv. „rad na crno“), a koji dolaze iz različitih grupa, poput ilegalnih migranata ili ljudi koji u Češkoj Republici imaju prijavi-jeno samo boravište.



### Zaključak

Češka ima prostora za poboljšanje u oblasti uslova i podrške turizmu od strane države. Trenutno je turizam sektor pod okriljem Ministarstva za regionalni razvoj, pa se kao jedan od nedostataka može istaći nepostojanje nezavisnog ministarstva za turizam, koje bi, svakako, doprinelo većoj posvećenosti rastu i razvoju turizma u okviru češke privrede. Relativno važno poboljšanje bilo je osnivanje CzechTourism agencije 1993. godine od strane nadležnog ministarstva, koja se bavi promocijom turizma Češke Republike, pre svega u inostranstvu.

Neki od visoko prioritetnih izazova Ministarstva za regionalni razvoj odnose se na podizanje kvaliteta turističkih usluga, unapređivanje i proširenje statističkih podataka vezanih za dolazak stranih turista u Češku Republiku, kao i usvajanje i primenu programa podrške razvoja regionalnog turizma (u Češkoj Republici postoji 14 regiona). Takođe, jedan od važnih zadataka je i razvoj informacionog sistema na regionalnim nivoima, koji je trenutno nedovoljno razvijen.

U daljem razvoju turizma, Češka bi trebala još više da iskoristi potencijale kojima raspolaže zahvaljujući svom veoma povoljnom geografskom položaju, kao i prirodnim i antropogenim atraktivnosti. Polje poslovnog turizma veoma je značajno, pa i tom segmentu treba posvetiti veću pažnju, između ostalog i npr. izgradnjom novih kongresnih centara i konferencijskih objekata. Takođe, neophodno je i stalno isticanje lokalne autentičnosti, kao i nužnosti primene održivih praksi. Pored navedenog, ukupna infrastruktura mogla bi se znatno poboljšati, a naročito po broju aerodroma i avio kompanija, kao i po kvalitetu puteva koji su ocenjeni kao veoma loši. Ukupnu udobnost turista sigurno bi obezbedilo i proširenje praškog metroa do aerodroma. Dakle, unapređenjem ovih segmenata, svakako bi se uticalo na dolazak još većeg broja stranih turista, a samim tim

i na potrebu za većim brojem poslova, neposredno ili posredno vezanih za turizam. U tom smislu, izuzetno je značajno permanentno ulaganje u edukaciju i treninge zaposlenih, jer se sa razvojem turističke privrede u jednoj zemlji, uvećavaju i zahtevi za zapošljavanjem u pogledu stručnih i kompetentnih kadrova.

### Literatura

Beránek, J., (2013) *Ekonomika cestovnoho ruchu*, Prague, Mag Consulting

Ćosić, M., (2019) *Ekonomika turizma: funkcije, efekti i osnove organizacije turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija

Delić, J., (2009) *Obrazovanje i obuka kao instrument upravljanja ljudskim resursima u turističkim preduzećima*, magistarski rad, Beograd, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Univerzitet Singidunum

Holloway, J.C., Taylor N. (2006) *The Business of Tourism 7ed*, Harlow, Pearson Prentice Hall

Tribe, J (2011), *The Economics of recreation, Leisure and Tourism, fourth edition*, USA, Elsevier

Unković, S., Zečević, B. (2006) *Ekonomika turizma*, Beograd, Ekonomski fakultet

Ministarstvu za regionalni razvoj Češke Republike 2022 <https://mmr.gov.cz/en/ministerstvo/cestovni-ruch> pristup 26.03.2024

pristup – 28.03.2023.

Salaries in Czech Republic <https://www.platy.cz/en/salaryinfo/tourism-gastronomy-hotel-business/waiter> pristup 28.03.2023.

<https://www.statista.com/statistics/1060795/tourism-ratio-on-gdp-czechia/> pristup 02.04.2024.

<https://www.worlddata.info/europe/czechia/tourism.php> pristup 23.03.2024.