

STRATÉGIA ROZVOJA ĽUDSKÝCH ZDROJOV V SEKTORE OBCHOD, MARKETING, GASTRONÓMIA A CESTOVNÝ RUCH V HORIZONTE 2030

MANAŽÉRSKE ZHRNUTIE



február, 2022



**PRÍHOVOR PREDSEDU SEKTOROVEJ RADY
MAREKA HARBULÁKA
(ZVÁZ CESTOVNÉHO RUCHU SR)**

Potrebu nevyhnutnej zmeny v oblasti odbornej prípravy a vzdelávania v oblasti obchodu, marketingu, gastronómie a cestovného ruchu pociťovali zamestnávateľia už v období pred pandémiou. K novým výzvam, ktorým bude čeliť tento sektor v nasledujúcich rokoch, sa v dôsledku pandémie pridáva aj obnova dôvery a zvýšenie motivácie pre prácu predovšetkým v oblasti gastronómie a cestovného ruchu. Dopady pandémie a prijatých opatrení sa prejavujú v jednotlivých oblastiach, ktoré zastrešuje táto sektorová rada, rôzne, a preto si tieto oblasti vyžadujú aj osobitný prístup. Výzvou pre Sektorovú radu pre obchod, marketing, gastronómiu a cestovný ruch bolo nastaviť sektorovú stratégiu rozvoja ľudských zdrojov tak, aby sme v nej dokázali spracovať ciele, ktoré potrebujeme dosiahnuť nielen v oblasti odborného vzdelávania, ale aj ďalších foriem vzdelávania. Jedným z dôležitých krokov je racionalizácia učebných a študijných odborov a zmena obsahu vzdelávacích programov. Tu sa nevyhnutne musia zakomponovať trendy a požiadavky súvisiace s digitalizáciou a udržateľným rozvojom. Tie isté princípy a obsah je nevyhnutné čo najskôr aplikovať aj v oblasti celoživotného vzdelávania. Zákazník, návštevník či turista bude očakávať naplnenie týchto trendov a vízií bez ohľadu na dopady pandémie na tieto odvetvia.

ORGANIZÁCIE ZASTÚPENÉ V SEKTOROVEJ RADE

- > Republiková únia zamestnávateľov
- > Zväz cestovného ruchu SR
- > Asociácia zamestnávateľských zväzov a združení SR
- > Asociácia hotelov a reštaurácií SR
- > TATRATOUR Slovakia, s.r.o.
- > Tatry Mountain Resorts, a.s.
- > CBA VEREX, a.s.
- > COOP Jednota Slovensko, s.d.
- > dm drogerie markt, s.r.o.
- > Istropolitana Ogilvy
- > Štátny inštitút odborného vzdelávania
- > Ministerstvo dopravy a výstavby SR
- > Hotelová akadémia Liptovský Mikuláš
- > Stredná odborná škola obchodu a služieb Samuela Jurkoviča Bratislava
- > Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta
- > Odborový zväz pracovníkov obchodu a cestovného ruchu
- > Žilinský samosprávny kraj
- > Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny
- > Meinstrim s. r. o.
- > FOU ZOO
- > SOREA spol. s r. o.

KLÚČOVÉ INOVAČNÉ A TECHNOLOGICKÉ ZMENY V SEKTORE OVPLYVNĽUJÚCE ĽUDSKÉ ZDROJE

- > Kiosk check-in v hoteloch
- > Virtuálny kľúč k izbám
- > Umelá inteligencia pri online komunikácii s hosťami
- > Automatizovaný predaj permanentiek, vstupeniek, lístkov na športoviská a atrakcie
- > Inteligentné technológie v obchode v kontexte správanía zákazníka
- > Online rezervácie, rezervácie cez OTA (Online Travel Agents)
- > Prepojenie inteligentných technológií za účelom zefektívnenia interných procesov v obchode
- > Technické inovácie v obchode
- > Online objednávanie a donáška
- > Hyperpersonalizované hotelové izby, prediktívne poruchové systémy
- > Hotelové prostredie v rozšírenej realite

POVOLANIA S OČAKÁVANÝM NAJVÄČŠÍM VPLYVOM INOVÁCIÍ

- > Riadiaci pracovník (manažér) ubytovacích zariadení (okrem penziónu a hotela)
- > Riadiaci pracovník (manažér) hotela, botela a motela
- > Hotelový recepcný
- > Riadiaci pracovník (manažér) kúpeľov a wellness
- > Riadiaci pracovník (manažér) strediska pre zábavu a oddych
- > Prevádzkar ubytovacieho zariadenia
- > Marketingový špecialista
- > Špecialista pre starostlivosť o zákazníkov
- > Operátor lyžiarskeho vleku, lanovky
- > Riadiaci pracovník (manažér) v oblasti prieskumu trhu
- > Riadiaci pracovník (manažér) pre starostlivosť o zákazníkov
- > Riadiaci pracovník (riaditeľ) obchodnej prevádzky
- > Riadiaci pracovník (manažér) v oblasti obchodu (obchodný riaditeľ)
- > Špecialista marketingových analýz a prieskumu trhu
- > Riadiaci pracovník (manažér) v oblasti marketingu
- > Špecialista internetového predaja
- > Pracovník internetového predaja
- > Vedúci recepcie
- > Pracovník cestovnej kancelárie, agentúry
- > Riadiaci pracovník (manažér) cestovnej kancelárie, agentúry
- > Vedúci obchodnej prevádzky
- > Obchodník v malom obchode, butiku
- > Riadiaci pracovník (manažér) reštaurácie
- > Riadiaci pracovník (manažér) zariadenia spoločného stravovania
- > Riadiaci pracovník (manažér) cateringovej spoločnosti



MANAŽÉRSKE ZHRNUTIE

ANOTÁCIA

Jednou z hlavných úloh Sektorovej rady pre obchod, marketing, gastronómiu a cestovný ruch bolo spracovanie Stratégie rozvoja ľudských zdrojov v sektore obchod, marketing, gastronómia a cestovný ruch v horizonte 2030 (ďalej len „Stratégia“). Tento komplexný strategický materiál pomenúva kľúčové sektorové výzvy a vízie v oblasti ľudských zdrojov v sektore.

Stratégia má dve časti – analytickú a aplikačnú. Prvá kapitola obsahuje charakteristiku a poslanie sektora, jeho strategickú analýzu, ktorá obsahuje aj PESTLE a SWOT analýzy a predpokladané vývojové tendencie v sektore do roku 2030 s dosahom na ľudské zdroje. V druhej kapitole sú rozpracované základné vývojové trendy, resp. ciele žiaduceho vývoja v sektore, v rámci ktorých sú navrhnuté sektorové opatrenia a konkrétne aktivity na ich implementáciu.

ANALYTICKÁ ČASŤ

Obchod je mimoriadne dôležitou súčasťou hospodárstva Slovenska. Je druhým najviac podieľajúcim sa sektorom na tvorbe HDP a dôležitým zamestnávateľom. Stabilita tohto sektora prispieva k stabilite ekonomiky. Obchod je dôležitým zdrojom pracovných miest aj v európskom kontexte a je takisto na čele vďaka obchodnej politike na podporu sociálnych a environmentálnych pilierov trvalo udržateľného rozvoja.

Marketing dnes predstavuje dôležitú oblasť, ktorá identifikuje a formuje dopyt zákazníkov po produktoch. Je zastúpený tak v komerčnej, ako aj inštitucionálnej oblasti, kde za posledné roky získal svoje významné postavenie. Na Slovensku nájdeme pomerne veľa tradičných marketingových činností, resp. modelov fungovania, pričom posledné dva až tri roky priniesli rozmach nových, skôr technologických prístupov v marketingu, ktoré posúvajú nové koncepty, ale aj existujúce spoločnosti, značky a produkty vpred.

Úspech odvetvia gastronómie bude vždy založený na dobrom produkte a dobrej službe, ktoré budú ovplyvnené stále vo väčšej miere využívaním najnovších technológií a dát. Odvetvie je dnes do veľkej miery previazané s cestovným ruchom, maloobchodom, kultúrou a dopravou. Aj napriek pandémie sa veľmi rýchlo rozvíja a inovačný rozmach bude rozhodujúci aj pre jeho prosperitu v horizonte do roku 2030. „Street food“, donáška, zmena životného štýlu, nové formy práce, experimentálna kuchyňa, „drive-in“ miesta a rapídny nárast technologických nadnárodných hráčov, budú formovať toto odvetvie aj na Slovensku. Motorom rastu sektora budú technológie, ktoré na základe dynamických dát dokážu tvoriť kvantitu a štruktúru dopytu a prispôbovať mu atraktívnu ponuku.

Cestovný ruch je Medzinárodnou organizáciou cestovného ruchu (UNWTO) označovaný za jedno z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich globálnych odvetví hospodárstva. Turizmus z dlhodobého hľadiska napomáha inklúzii pozitívnych hodnôt v spoločnosti, spojených s prenosom infor-



mácií o rôznych kultúrach a rozširovaním perspektívy, čo vedie k zvyšovaniu tolerancie a zlepšeniu medzinárodnej spolupráce. Medzi hlavné tendencie, ovplyvňujúce pracovnú silu v odvetví cestovného ruchu v nasledujúcich rokoch, patrí starnutie populácie, individualizácia turizmu, tlak na znižovanie uhlíkovej stopy, zdieľané služby, zavádzanie technologických inovácií, automatizácia a digitalizácia.

Dátové zhodnotenie sektora

V súčasnosti má sektor 13,1 %-ný podiel na tvorbe HDP na Slovensku a tento podiel z dlhodobého pohľadu mierne klesá. V oblasti obchodu a služieb sú najvýznamnejšími spoločnosťami TIPOS, TESCO STORES SR, Lidl a Kaufland, ktoré spolu tvoria 10 % celkového HDP v sektore. Najväčšími zamestnávateľmi v sektore sú TESCO STORES SR, Kaufland Slovenská republika a Lidl Slovenská republika, ktorí zamestnávajú 6 % zamestnancov sektora.

V sektore dominujú tuzemské podniky s 89 %-ným zastúpením. Mzdy v sektore sú pod úrovňou SR. Najvyššia priemerná hrubá mesačná mzda je v divízii 73 Reklama a prieskum trhu (1 668 EUR). Naopak, najnižšia priemerná hrubá mesačná mzda je v divízii 56 Činnosti reštaurácií a pohostinstiev (702 EUR).

Podiel pracujúcich v odbore vzdelania v sektore rastie. V súčasnosti približne 34 % zamestnancov sektora vyštudovalo optimálny odbor vzdelania vo vzťahu k vykonávanému zamestnaniu – pri vysokoškolských zamestnancoch v sektore je to 21 % a stredoškolských 37 %. Z hľadiska sektorovo špecifických zamestnaní vykonáva približne 34 % zamestnancov prácu, na ktorú sa počas štúdia aj pripravovali.

Sektor čelí významnému úniku mozgov do zahraničia – v roku 2020 prišlo na trh práce 7 800 absolventov z korešpondujúcich odborov vzdelania k sektorovým zamestnaniam a 11 % z nich odišlo za prácou do zahraničia.

Celková dodatočná potreba pracovných síl v sektore bude v období rokov 2021 – 2025 na úrovni približne 46 tisíc osôb. Dodatočná potreba v tomto sektore bude na úrovni 10 % súčasného počtu pracujúcich. V období rokov 2021 – 2025 príde na trh práce 35,3 tisíc absolventov stredných a vysokých škôl, ktorí ukončia štúdium v niektorom z korešpondujúcich odborov vhodných na výkon zamestnaní v tomto sektore a nebudú pokračovať v štúdiu. Približne 72 % z prichádzajúcich absolventov budú tvoriť absolventi stredných škôl.

V roku 2019 podniky v sektore investovali do vedy a výskumu 19,7 mil. EUR. Sektor investuje do inovácií v priemere 3 000 EUR na podnik. Sektor obchod, marketing, gastronómia a cestovný ruch patrí medzi sektory s priemerným potenciálom automatizácie. V najbližších 20-tich rokoch sa očakáva, že technológiami bude možné nahradiť približne 69 % pracovných procesov, ktoré v súčasnosti vykonávajú zamestnanci. Ak to premietneme na súčasný počet zamestnancov v sektore, substituovaných by mohlo byť až 215 100 zamestnancov.

Inovácie

Zavádzanie inovácií a s tým súvisiace požiadavky zamestnávateľov budú mať vplyv na kvalitu a odborné vedomosti a zručnosti ľudských zdrojov, ktorých môže byť nedostatok. Ich nedostatok čiastočne vyriešia technológie, ktoré však môžu v určitých oblastiach personál aj nahradiť a tým pádom sa predpokladá zánik niektorých zamestnaní. Príkladom predpokladaného zániku je pozí-

cia hotelový recepcný, na ktorú budú mať vplyv inovácie ako kiosk check-in v hoteloch, virtuálny kľúč k izbám alebo online rezervácie. Týmto platformami salepší výkon recepcie a hotely ušetria – znížia personálne náklady na zamestnancov a prevádzkové náklady. Keďže hostia si všetko potrebné vybavujú online, resp. cez kiosk, pracovník na recepcii nebude potrebný.

Celý vývoj zamestnaní bude ovplyvnený aj skutočnosťou, že vzniknú nové pozície, ktoré dnes neexistujú. Pôvodné zručnosti zastarávajú rovnakou rýchlosťou, akou sa nové zručnosti rozvíjajú. Automatizácia mení spôsob práce a sektor musí nájsť riešenie pre zamestnancov, spotrebiteľa a jednotlivé procesy. V Stratégii boli identifikované nasledovné kľúčové inovačné a technologické zmeny ovplyvňujúce sektor:

- > kiosk check-in v hoteloch,
- > virtuálny kľúč k izbám,
- > umelá inteligencia pri online komunikácii,
- > automatizovaný predaj permanentiek, vstupeniek, lístkov na športoviská a atrakcie,
- > inteligentné technológie v kontexte správy zákazníka,
- > online rezervácie, rezervácie cez OTA (online travel agents),
- > prepojenie inteligentných technológií za účelom zefektívnenia interných procesov v obchode,
- > technické inovácie v obchode,
- > online objednávanie a donáška,
- > hyperpersonalizované hotelové izby, prediktívne poruchové systémy,
- > hotelové prostredie v rozšírenej realite.



Jedným z kritických činiteľov najviac ohrozujúcich sektor je nedostatočný kúpyschopný dopyt na Slovensku, čo má vplyv na nedostatočný obchodný obrat prevádzok a ich nízku rentabilitu, ktorá ohrozuje ich existenciu. Naopak, osobitne dôležitým kľúčovým činiteľom je zvýšený počet kvalifikovanej pracovnej sily z radov mladých absolventov stredných a vysokých škôl.

Medzi ďalšie **kritické činitele** patria:

- > obsadzovanie pracovných miest nekvalifikovanými zamestnancami,
- > nedostatočná propagácia (marketing) Slovenska ako cieľovej krajiny cestovného ruchu,
- > výrazná orientácia cestovných kancelárií na výjazdový cestovný ruch,
- > náhrada ľudských interakcií automatizovanými procesmi,
- > pomalý rast kvality služieb, najmä u MSP.

Kľúčové činitele zahŕňajú:

- > kvalitné investičné prostredie,
- > zlepšenie digitálnych a podnikateľských zručností pracovnej sily,
- > kultúrny a prírodný potenciál (najmä chránené krajinné oblasti, národné parky) pre rozvoj cestovného ruchu a geografická poloha krajiny v rámci EÚ,
- > využitie eurofondov na podporu rozvoja regiónov v rámci cestovného ruchu,
- > potenciál na rozvoj spolupráce kľúčových aktérov v sektore gastronómia, marketing, cestovný ruch, šport a kultúra do spoločných produktov, iniciatív (Green Slovakia Index, Platforma rozvoja športu a cestovného ruchu, Oblastné organizácie cestovného ruchu a pod.).

APLIKAČNÁ ČASŤ

V rámci druhej kapitoly boli identifikované štyri základné vývojové trendy, ku ktorým boli zadefinované sektorové opatrenia a aktivity na ich implementáciu, napríklad:

1. Poskytovanie udržateľných produktov obchodu a cestovného ruchu v súlade s meniacim sa vonkajším prostredím a variabilitou spotrebiteľského správania.

- Zlepšenie procesu prepájania odborného vzdelávania a prípravy smerujúceho k získaniu kľúčových, všeobecných a odborných kompetencií ku komplexnejším a prakticky zameraným vedomostiam a zručnostiam, ktoré umožnia rozvoj v nových podmienkach, lepšie získavanie praktických vedomostí a zručností skvalitnením odborného vzdelávania a prípravy – duálneho vzdelávania.
- Prepojenie vysokoškolského štúdia s praxou.
- Motivácia absolventov a zamestnancov k zotrvaní na slovenskom trhu práce.
- Vytvorenie kurzov zameraných na vzdelávanie pracovnej sily v oblasti ekonomiky, manažmentu a ľudských zdrojov.

2. Inovované a individualizované služby.

- Informačná kampaň pre organizácie cestovného ruchu o zaradení zdieľaných služieb do ponuky destinácií.
- Úprava foriem podnikania pre poskytovanie zdieľaných služieb.

3. Aktívna príprava na zabezpečenie udržateľnosti produktov cestovného ruchu a obchodu.

- Zapracovanie náuky o význame a prínosoch udržateľných princípov a zodpovednom prístupe do vzdelávacieho procesu.
- Výučba k zodpovednému prístupu a udržateľnému rozvoju v sektore obchod a cestovný ruch.

4. Implementácia digitálnych zručností s ohľadom na efektívnosť prevádzky, ochranu spotrebiteľa, spoločenskú zodpovednosť a environmentálne aspekty, aj formou celoživotného vzdelávania (LLL – Lifelong Learning).

- Inovovanie štátneho vzdelávacieho programu o vedomosti spojené s digitálnymi technológiami, zručnosťami, implementácia moderných foriem vzdelávania zohľadňujúcich potreby trhu v sektore obchod a cestovný ruch.
- Zavedenie akreditovaného programu ďalšieho vzdelávania v oblasti digitálnych technológií, zručností s ohľadom na efektívnosť prevádzky, ochranu spotrebiteľa, spoločenskú zodpovednosť a environmentálne aspekty.


Aktivity pri tvorbe SSRLZ boli realizované v rámci Národného projektu „Sektorovo riadenými inováciami k efektívnemu trhu práce v SR“ v spolupráci s MPSVR SR. Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.





Ing. Malvína Dudášová
tajomníčka Sektorovej rady pre obchod,
marketing, gastronómiu a cestovný ruch

www.sustavapovolani.sk

TREMA

 MINISTERSTVO
PRÁCE, SOCIÁLNYCH
VECÍ A RODINY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

 EURÓPSKA ÚNIA
Európsky sociálny fond
Európsky fond regionálneho rozvoja

 OPERAČNÝ PROGRAM
ĽUDSKÉ ZDROJE

Národný projekt Sektorovo riadenými inováčiami k efektívnemu trhu práce v Slovenskej republike sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu v rámci Operačného programu Ľudské zdroje
www.esf.gov.sk | Kód projektu: NFP312031V679