



Ovaj projekat je finansiran
od strane Evropske unije



MNE - ALB

IPA-PROGRAM PREKOGRANIČNE SARADNJE
CRNA GORA - ALBANIJA 2014-2020

REZULTATI ISTRAŽIVANJA O ZAHTJEVIMA LOKALNOG TRŽIŠTA RADA ZA MLADE

Ulcinj / Skadar, maj 2021





Ova publikacija je izrađena u okviru projekta „Putevi razvoja karijere: Priprema mladih iz Albanije i Crne Gore za mogućnosti razvoja karijere u sektoru turizma“ koji finansijski podržava Evropska unije u okviru IPA II Programa prekogranične saradnje Crna Gora - Albanija 2014-2020. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost NVO Novi Horizont (NH) i ne odražava nužne stavove Evropske unije.

Uvod

Ova analiza je nastala u okviru projekta "Putevi razvoja karijere: **Priprema mladih iz Albanije i Crne Gore za mogućnosti razvoja karijere u sektoru turizma**" koji je finansiran od strane Evropske unije u okviru IPA Programa prekogranične saradnje Crna Gora – Albanija 2014-2020, kojim upravlja Ministarstvo finansija i socijalnog staranja Crne Gore (CFCU). Projekat sprovodi organizacija World Vision Albania u partnerstvu sa NVO „Novi Horizont“ (Ulcinj), kao i srednjim školama "Bratstvo-jedinstvo" iz Ulcinja i "Hamdi Bushati" iz Skadra, čiji je glavni cilj da mlade iz Ulcinja i Skadra nauči novim vještinama, pripremi ih za tržište rada i utiče na ekonomski rast, te smanjiti socijalne probleme u njihovim zajednicama. Tokom maja mjeseca sprovedeno je istraživanje u Ulcinju i Skadru među poslodavcima odnosno direktorima, menadžerima, vlasnicima turističkih preduzeća, odnosno osobama koja je upoznata sa načinom rada anketiranog subjekta. Glavni cilj anketiranja jeste istražiti koji su zahtjevi tržišta rada u turističkim preduzećima za mlade u Crnoj Gori i Albaniji. Istraživanjem je detaljno ispitivano da li su anketirani turistički subjekti spremni da prime pripravnike, kako obično nalaze nove zaposlene (da li je to preko oglasa, preko prijatelja, agencija, društvenih mreža, aplikacija i sl.); koje profesionalne profile planiraju da zaposle u budućnosti, koji su najvažniji zahtjevi koji traže od budućih kandidata pri zapošljavanju, koje su to životne vještine (eng. core life skills) i meke vještine (eng. soft skills) koje su važne da njihov zaposleni posjeduje, da li je važno za njihovo poslovanje da njihov budući zaposleni zna da koristi sajtove/aplikacije kao što su Airbnb, Booking, TripAdvisor, Instagram oglašavanje i Facebook oglašavanje i sl.

U sklopu ovog projekta, prije nego što je bilo sprovedeno istraživanje, održan je dvodnevni trening odnosno obuka za anketare, za mlade koji su bili u prilici da steknu znanje i vještine koje će im pomoći u prikupljanju podataka na terenu za potrebe ovog istraživanja.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

PILOT STUDIJE I OBUKA ANKETARA

Prije početne faze prikupljanja podataka od strane organizatora istraživanja realizovano je Pilot istraživanje. Cilj ovog istraživanja bio je da se na 15 ispitanika/ca (koji/e su imali/e mogućnost da direktno daju komentare vezane za upitnik) unaprijed testira upitnik, odnosno instrument koji će biti korišćen za prikupljanje primarnih podataka u svrhu istraživanja. To je omogućilo da se dodatno formulišu i preciziraju pitanja kako bi bila jasna, te da se obezbijedi „maksimalno“ razumevanje pitanja od strane naših ispitanika. U slučajevima kada ispitanicima određeno pitanje nije bilo jasno, ili se moglo protumačiti na više načina, to pitanje je bivalo modifikovano na način da bude nedvosmisленo i jasno definisano.

Kao što smo već napomenuli na početku, u sklopu ovog projekta organizovan je i dvodnevni trening, odnosno „obuka za anketare“ u Skadru. Priliku da prisustvuju treningu imalo je 30 mladih (15 iz Ulcinja i 15 iz Skadra).

Cilj prvog dana treninga je bio da se mlađi anketari upoznaju sa teorijskom stranom „procesa prikupljanja podataka“, u kojoj su bile obrađivane sljedeće teme: uputstva za anketare, uspostavljanje početnog kontakta s ispitanikom, postavljanje pitanja iz anketnog upitnika, podsticanje razgovora, bilježenje odgovora i privođenje ispitivanja kraju. Na kraju treninga učesnici su zajedno pročitali upitnik sa ciljem da se bolje upoznaju sa njime.

Cilj drugog dana treninga je bio praktičan rad na izvođenju ankete. Učesnici su obradili temu koja se odnosi na prikupljanje podataka korišćenjem tablet računara. Kako su podaci ovog istraživanje bili prikupljeni uz pomoć CAPI metode, anketari na treningu su imali priliku da direktno vježbaju kako se anketiranje sprovodi uz korišćenje ovog metoda. Drugi dio treninga je bio fokusiran i na „role play“ odnosno igranje uloga, gdje su se učesnici međusobno anketirali i istovremeno bili posmatrani od strane trenera.

UPITNIK

Instrument, tj. upitnik koji je korišćen tokom istraživanja sastoji se od 15 zatvorenih i otvorenih pitanja. Upitnik je kreiran sa ciljem da nam poslodavci daju informacije o tome koje su tražene vještine koje mlađi moraju da imaju pri zapošljavanju u firmama čija je primarna djelatnost pružanje turističkih usluga. U upitniku su postojala pitanja koja su se odnosila na to da li su anketirani turistički subjekti spremni da prime pripravnike, kako anketirani sektori obično nalaze nove zaposlene, koje profesionalne profile planiraju da zaposle u budućnosti, koji su najvažniji zahtjevi koje traže da njihov budući zaposleni ima pri zapošljavanju, koje su to životne vještine i meke vještine koje su važne da njihov zaposleni posjeduje, da li je važno za njihovo poslovanje da njihov budući zaposleni bude upoznat i zna da koristi sajtove/aplikacije kao što su Airbnb, Booking, TripAdvisor, Instagram oglašavanje i Facebook oglašavanje i sl.

POSTUPAK PRIKUPLJANJA PODATAKA

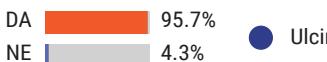
Podaci su se prikupili na terenu u 34 slučajno odabranih turističkih subjekata (23 u Ulcinju i 11 u Skadru) tj. u kompanijama čije je glavno djelovanje pružanje turističkih usluga, kao što su: hoteli, restorani, turističke agencije i sl. Angažovani anketari (tj. mlađi koji su pohađali obuku za anketare) su dobili unaprijed definisana mjesta u kojim trebaju da obavljaju interviewe sa poslodavcima. Anketiranje se sprovodilo uz pomoć CAPI metode (eng. Computer-Assisted Personal Interviews) i svaki anketar je imao na svom tablet računaru instaliran strukturisani upitnik. Ciljna grupa ovog istraživanja bili su: vlasnik turističkog preduzeća, menadžer, zaposleni odnosno osoba koja je upoznata sa načinom rada mapiranog subjekta. Od ciljne grupe našeg uzorka tražilo se da popune, odnosno da odgovaraju na upitnik koji je sadržao 15 pitanja, a popunjavanje upitnika je trajalo od 15 do 20 minuta.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Kao što smo i gore naveli, naša ciljna grupa su bili subjekti odnosno preduzeća ciji glavni cilj jeste pružanje turističkih usluga. Nakon obrade podataka možemo da vidimo da od 34 anketiranih subjekata odgovor na upitnik su dali najviše menadžeri tih subjekata, isto možemo da vidimo da većina tih subjekata pružaju turističke usluge tri ili više godina a samo mali broj njih posluje manje od tri godine. Od anketiranih turističkih subjekata, najveći broj njih je izjasnilo da od ukupnog broja zaposlenih u preduzeću, većina zaposlenih pripadaju starosnoj kategoriji od 18 do 35 godina, a nijedan od tih subjekata nije imao zaposlenog koji ima manje od 18 godina.

Sada slijedi pitanje koje ima značaju vrijednost za ovo istraživanje a to je:

Da li su anketirani turistički subjekti spremni da prime pripravnike?



Kao što možemo da vidimo, nakon analize dobijenih podatka, dobili smo ohrabrujući podatak za mlade koji nam ukazuje na to da skoro svi anketirani turistički subjekti su spremni da prime pripravnike u njihovoj organizaciji. Ovaj podatak je mnogo pozitivan jer ukazuje na to da srednjoškolci u Ulcinju i Skadru imaju prostora da u svojim gradovima nađu firmu u kojoj mogu da rade i da se usavrše, tj. da uče na osnovu prakse i da steknu znanja koja će im pomoći za dalji profesionalni razvoj u oblasti turizma.

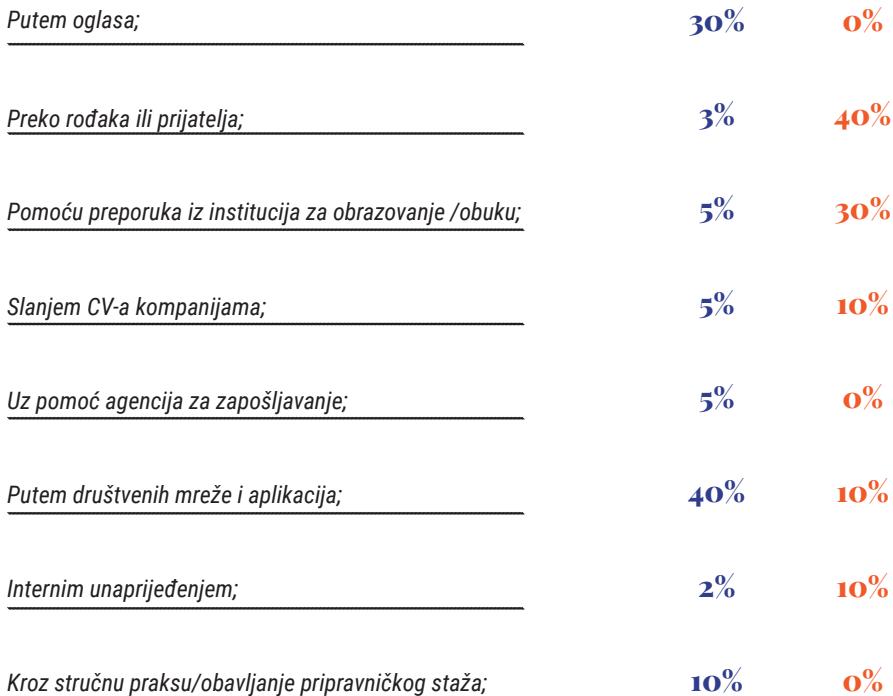
Od anketiranih preduzeća koji su izjasnili da su spremni da prime pripravnike, tražili smo da navedu na koje pozicije bi htjeli da ih prime. Većina se izjasnila da traže pripravnike u pozicijama:

- Konobar;
- Barmen;
- Komercijalista;
- Kuvar;
- Recepционер;
- Menadžer;
- DJ – muzičar;

Iz navedenih profila koje su poslodavci naveli da su zainteresovani da prime pripravnike, možemo da zaključimo da su to pozicije koje su strogo povezane sa pružanjem turističkih usluga i koje su najviše tražene u turističkom sektoru, pogotovo tokom ljetne sezone, naročito u Ulcinju.

Kako obično poslodavci nalaze nove zaposlene?

 Ulcinj  Skadar



Sa razvojem tehnologije i aktuelnosti različitih društvenih kanala, ponekad je mnogo teško doći do zaključne informacije o tome gdje poslodavci pronalaze nove zaposlene. Iz toga smo vidjeli važnost postavljanja ovog pitanja, da saznamo koji kanal poslodavci koriste za pronaalaženje nove radne snage, te da mladima damo informaciju o tome pomoću kojeg kanala oni mogu najlakše stupiti u kontakt sa budućim poslodavcem.

Na osnovu dobijenih podatka možemo da vidimo da dva najčešća kanala koje poslodavci koriste da pronalaze nove zaposlene u Ulcinju jesu društvene mreže i aplikacije (40%) kao javno oglašavanje (30%). Ovaj podatak ukazuje na aktuelnost društvenih mreža, koje pored svoje zabavne prirode, pružaju i mogućnost da poslodavci lakše stupe u kontakt sa svojim zaposlenima. Na osnovu urađene internet analize ovih kanala u Crnoj Gori, došli smo do podatka da se najviše kod nas koriste: LinkedIn, kao i webplatforme kao što su: www.prekoveze.me i www.zaposli.me.

Sa druge strane imamo malo različite podatke kada je u pitanju Skadar, gdje dva najčešća kanala koje poslodavci koriste da pronalaze nove zaposlene su 'preko rođaka ili prijatelja' (40%) i pomoću preporuka iz institucija za obrazovanje / obuku (30%).

Koji od navedenih profila anketirani poslodavci planiraju da uključe u svoju organizaciju u budućnosti?

 Ulcinj  Skadar

<u>Ekonomistu</u>	10%	7.17%
<u>Kuvara/pomoćnika u kuhinji</u>	20%	42.85%
<u>Recepcionera</u>	6%	7.14%
<u>Konobara</u>	18%	14.28%
<u>Osobu zaduženu za korisničku uslugu</u>	4%	7.14%
<u>Turističkog vodiča</u>	10%	14.28%
<u>Prodavača</u>	2%	0%
<u>IT stručnjaka;</u>	12%	7.14%
<u>Stručnjaka za digitalni marketing</u>	10%	0%
<u>Administrativnog radnika</u>	2%	0%
<u>Menadžera sektora</u>	6%	0%

Kao što možemo da vidimo iz tabele, pored pozicija koje su se pokazale kao najtraženije (konobar, kuvar i sl.), profili kao što su ekonomista, turistički vodič, IT stručnjak, stručnjak digitalnog marketinga imaju takođe veliku važnost za poslodavce, tj. oni smatraju da su spremni da ove profile uključe u budućnosti u svojim kompanijama. Ovi podaci su značajni za mlade jer im daju neki vid smjernica, tj. daju im informacije o tome koje su to vještine koje oni trebaju da usavrše da bi mogli da budu konkurentni na tržištu rada.

Takođe, na sledeće pitanje koje se odnosi na druge vještine koje poslodavci smatraju važnim prilikom zapošljavanja novih radnika, naveli su i: *grafički dizajn, poznavanje stranih jezika, poznavanje lokalnog jezika, međuljudske vještine, rad na računarima i sl.*

Koje su najvažnije ključne životne vještine (Core life skills) prilikom zapošljavanja vaših zaposlenih?

● Ulcinj ● Skadar

<u>Empatija</u>	2.60%	2.22%
<u>Samopouzdanje</u>	7.90%	13.33%
<u>Sposobnost upravljanja emocijama</u>	3.90%	4.44%
<u>Lična odgovornost</u>	17.10%	8.88%
<u>Poštovanje sebe i drugih</u>	13.20%	8.88%
<u>Vještine za saradnju i timski rad</u>	15.80%	13.33%
<u>Interpersonalne vještine</u>	9.20%	13.33%
<u>Kreativno razmišljanje</u>	9.20%	4.44%
<u>Kritičko razmišljanje i rješavanje problema</u>	9.20%	11.11%
<u>Donošenje odluka</u>	5.30%	13.43%
<u>Kontrolisanje sukoba</u>	6.60%	7.00%

Životne vještine (Core life skills) su sposobnosti za adaptivno i pozitivno ponašanje koje omogućavaju ljudima da se efikasno nose sa zahtjevima i izazovima života. Ovaj koncept se takođe naziva psihosocijalnom kompetencijom. Predmet se uveliko razlikuje u zavisnosti od socijalnih normi i očekivanja zajednice, ali vještine koje funkcionišu za dobrobit i pomažu pojedincima da se razviju u aktivne i produktivne članove svojih zajednica smatraju se životnim vještinama.

Iz gore prikazanog grafikona možemo da vidimo koje su to životne vještine koje poslodavci smatraju da njihov budući zaposleni mora da posjeduje. Kao najvažnije označene su: (1) Vještine za saradnju i timski rad, (2) Lična odgovornost, (3) Interpersonalne vještine, (3) Poštovanje sebe i druge, (4) Samopouzdanje.

Koje su Vam najvažnije meke vještine (soft skills) prilikom zapošljavanja?

 Ulcinj

- 1. POZITIVAN STAV;
- 2. ODGOVORNOST;
- 3. FLEKSIBILNOST;
- 4. LIDERSTVO;
- 5. INOVACIJE;
- 6. UPRAVLJANJE VREMENOM;
- 7. INICIJATIVA;
- 8. PREGOVARANJE;
- 9. SAMOMOTIVACIJA;

 Skadar

- 1. POZITIVAN STAV
- 2. UPRAVLJANJE VREMENOM
- 3. ODGOVORNOST
- 4. INOVACIJE
- 5. SAMOMOTIVACIJA
- 6. LIDERSTVO
- 7. FLEKSIBILNOST
- 8. INOVACIJE
- 9. PREGOVARANJE

Meke vještine su kombinacija vještina ljudi, socijalnih vještina, vještina komunikacije, karakternih osobina ili osobina ličnosti, stavova, načina razmišljanja, atributa karaktera, koeficijenti socijalne inteligencije i emocionalne inteligencije, između ostalog, koji omogućavaju ljudima da se dobro kreću okolinom, dobro rade sa drugima, izvode dobro i postižu svoje ciljeve dopunjavajući teške vještine. Dakle, meke vještine predstavljaju karakterne osobine i međuljudske vještine koje karakterišu čovjekove odnose sa drugim ljudima. Na radnom mjestu se smatraju da su meke vještine dodatak tvrdim vještinama koje se odnose na čovjekovo znanje i profesionalne vještine.

U ovom pitanju anketirani poslodavci su imali priliku da nam kažu koje su to meke vještine koje smatraju da su važne kod jednog zaposlenog. Na osnovu dobijenih rezultata možemo da vidimo da najveći dio anketiranih poslodavaca kako u Ulcinju tako i u Skadru, smatraju da je to pozitivan stav, koji se odnosi na to da osoba bude optimista u vezi sa situacijama, interakcijama i samim sobom.

Na drugom i trećom mjestu kao važne meke vještine poslodavci u Ulcinju su birali **odgovornost**, koja se na radnom mjestu odnosi na stepen do kojeg zaposleni razumiju svoje uloge i kako njihove specifične radne dužnosti doprinose uspjehu organizacije; i **fleksibilnost**, koja se odnosi na sposobnost prilagođavanja kratkoročnim promjenama brzo i mirno, tako da možete efikasno da se nosite sa neočekivanim problemima ili zadacima.

Dok u poslodavci u Skadru veliku važnost su predali i vještini koja se odnosi na upravljanje vremenom, koja predstavlja proces organizovanja i planiranja kako da svoje vrijeme podijelimo između određenih aktivnosti. Dobro upravljanje vremenom omogućava zaposlenima da rade pametnije - a ne više - tako da će za manje vremena završiti više obaveza.

Da li je za Vašu organizaciju važno da Vaš budući zaposleni bude upoznat sa navedenim statkama i da zna kako da ih koristi?



Ulcinj
Skadar

Kao što možemo da vidimo iz dobijenih rezultata da većina anketiranih poslodavca u turističkom sektoru smatraju da znanje o upotrebi navedenih aplikacija odnosno sajtova je u značajnoj mjeri važna za njihovo poslovanje. Dobijeni rezultati su bili i očekivani, jer svaka navedena stavka je dio novog tehnološkog svijeta kojeg svi hoteli, moteli, restorani, tj. sva preduzeća koja se bave pružanjem turističkih usluga koriste za reklamiranje svojih usluga. Od svih navedenih stvari, kao što možemo da primijetimo iz grafikona, Instagram oglašavanje i Facebook oglašavanje su se pokazali kao najbitniji za obje regije.

Kakvu biste vrstu obuke bili spremni da pružite za novozaposlene u vezi sa razvojem vještina za odredjene poslove?

Što se tiče ovog pitanja poslodavci u Ulcinju i Skadru su imali priliku da navedu vrstu obuke koju bi bili spremni da pruže svojim novim zaposlenima. Većina poslodavaca su dali odgovor da bi bili spremni da svojim zaposlenima pruže razne obuke, treninge, seminare koji su vezani za njihov posao u kompaniji, kao što su: *obuka za konobare, rad na računaru, obuka za trgovce, kuvare, obuka za unaprjeđenje komunikacije sa drugim ljudima, poboljšanje vještina pozitivnog stava, prodaja avionskih karata, rezervacija smještaja i sl.*

Sa kakvim problemima se najčešće suočava Vaš biznis?

U ovom pitanju poslodavci u Ulcinju i u Skadar su imali priliku da navedu koji su to problemi sa kojima se najčešće suočava njihov biznis. Cilj ovog pitanja je bio da uz pomoć dobijenih odgovora pružimo mladima informacije o tome koji su to problemi i da li možda upravo mladi mogu da pružaju rješenja na njihove probleme. Kao najveće probleme poslodavci su naveli: poteškoće sa pronalaskom stručnih, odgovornih, disciplinovanih radnika; zatim velika konkurenca, manjak turista i sl.

ZAKLJUČAK

Glavni cilj ovog istraživanja je bio istražiti koji su zahtjevi tržišta rada u turističkim preduzećima za mlade u Crnoj Gori i Albaniji, tačnije u Ulcinju i Skadru. Na osnovu dobijenih rezultata možemo da zaključimo da: skoro svi anketirani turistički subjekti u obje regije, su spremni da prime pripravnike u svojim kompanijama. Od anketiranih preduzeća koja su se izjasnila da su spremne da prime pripravnike, tražili smo da navedu na koje pozicije bi htjeli da ih prime. Većina njih se izjasnila da su im pripravnici potrebni za pozicije: konobara, barmena, komercijaliste, kuvara, recepcionera, menadžera i sl.

Na osnovu dobijenih podataka možemo da vidimo da dva najčešća metoda koje poslodavci u Ulcinju koriste da dođu do novih zaposlenih jeste putem društvenih mreža i aplikacije (40%) kao i putem oglasa (30%). Ovaj podatak ukazuje na aktuelnost društvenih mreža i njihovu upotrebu i u ovoj oblasti. Sa druge strane imamo malo različitije podatke kada je u pitanju Skadar, gdje dva najčešća kanala koje poslodavci koriste da pronalaze nove zaposlene su 'preko rođaka ili prijatelja' (40%) i 'preko preporuka iz institucija za obrazovanje/obuku' (30%).

Pored pozicija koje su se pokazale kao značajne (konobar, kuvar i sl.) u prethodnom pitanju, pozicije kao što su ekonomista, turistički vodič, IT stručnjak, stručnjak digitalnog marketinga imaju značajnu važnost za poslodavce, tj. oni smatraju da su spremni da ove pozicije uključe u strukturi svojih kompanija. Kao najvažnije životne vještine koje jedan zaposleni mora da ima poslodavci su označili: ličnu odgovornost, vještine za saradnju, timski rad, poštovanje sebe i drugih i sl. Dok kao najvažnije meke vještine poslodavcima su: pozitivan stav, upravljanje vremenom, odgovornost, fleksibilnost, liderstvo, inovativnost i sl. Svaki od dobijenih podataka predstavlja korisnu informaciju za mlade, na osnovu kojih oni mogu da zaključe koji su to zahtjevi tržišta koji se odnose konkretno za njih.



NEW HORIZON
Civil Society Organization

 +382 68 300 603

 ngohorizonti@t-com.me

 www.ngo-horizonti.org

 newhorizonngo

 New Horizon NGO

 newhorizon_ngo