ПОСЛОВНА ЕТИКА, ТУРИЗАМ, СРБИЈА

ТУРИСТИЧКЕ АГЕНЦИЈЕ

СЛОВЕНИЈА

ТУРИСТИЧКЕ АГЕНЦИЈА И ПОСЛОВНА ЕТИКА

Истраживање 2006. године

50 агенција.

¼ орг. путовања

- свега 6% од свих ТА има развијен сопствени етички кодекс пословања.

- Зашто?
  - 81% - етичка начела већ интегрисана у пословање,
  - 40% - начела присутна у њиховим брошурама,
  - 30% сматра да клијенти већ познају њихов начин пословања, те да за писање посебног кодекса пословања није било потребе,
  - 11% то једноставно није био приоритет.

ТУРИСТИЧКЕ АГЕНЦИЈЕ

ТУРИСТИ И

ЗАПОСЛЕНИ

УЗОРКОВАЊЕ

- Јануар 2012. године
- Метод случајног избора:
  - 100 испитаника – туриста;
  - 47 испитаника – запослених у туристичким агенцијама.

Процените ваш став о следећим исказима о туристичким агенцијама у Србији... ДА

- Запослени контролишу своје емоције приликом опхођења са клијентима 60%
- Туриста „добија услугу (програм) коју је платио“ 45%
- Запослени се труде да буду уљудни 58%

Одговори на питање на одређене непријатне ситуације...

Ако је туристички агент у пословници према вама непријатан (нервозан, бесан, незаинтересован...):

- За следеће путовање нећу бирати ту агенцију. 80%
- Пренећу такво негативно искуство познаницима. 83%

Ако вам туристички агент у пословници пружи непотпуне или нетачне информације, шта бисте предузели:

- За следеће путовање нећу бирати ту агенцију. 88%
- Пренећу такво негативно искуство познаницима. 89%

Ако се водич (представник туристичке агенције) током туристичког путовања према вама понаша непрофесионално (непријатан је, неприпремљен...), шта би сте предузели:

- За следеће путовање нећу бирати ту агенцију. 83%
- Пренећу такво негативно искуство познаницима. 92%

Ако након повратка са туристичког путовања помислите да нисте „добили оно што сте платили“, што вам је обећано понудом аранжмана (смештај, храна, бројне друге услуге) шта бисте предузели:

- За следеће путовање нећу бирати ту агенцију. 90%
- Пренећу такво негативно искуство познаницима. 92%

ИСКУСТВА ЗАПОСЛЕНИХ У ТУРИСТИЧКИМ АГЕНЦИЈАМА

Демографски профил

72% жене, 28% мушкарци
83% су 20-39 година
78% висок ниво
81% туризам
47% до 30.000 динара

- Вама је важно пословати према етичким начелима (моралност, поштење, правичност...). 95%

Треба да се поштују етичка начела при пословању због:

- Стварање позитивне слике компаније 90%
- Потстицање лојалности клијената 98%
- Потстицање лојалности пословних партнера 96%
- Потстицање лојалности запослених 96%

Процените ваш став о следећим исказима о туристичким акенцијама у Србији

• Запослени се труде да буду уљудни без обзира на то колико им се не допада или их нервира особа са којом контактирају.	74%
• Производи се приказују бољим него што они у суштини јесу.	47%
• Запослени избегавају неконтролисане (негативне) емоције, нетолерантно понашање и увреде за време контакта са клијентом/пословним партнером.	70%
• Запослени су изложени санкцијама од стране послодавца када је незадовољан њиховим ангажовањем.	45%

Одређене непријатне ситуације

Ако је туристички агент у пословници према клијенту (туристи) био непријатан (нервозан, бесан, незаинтересован...), туриста:

- За следеће путовање неће бирати ту агенцију. 60%
- Пренеће такво негативно искуство познаницима. 62%

Ако туристички агент у пословници пружи непотпуне или нетачне информације, шта ће туриста предузети:

- За следеће путовање неће бирати ту агенцију. 53%
- Пренеће такво негативно искуство познаницима. 81%

Ако се водич (представник ТА) током туристичког путовања према туристи понаша непрофесионално (непријатан је, неприпремљен...), шта ће туриста предузети:

- Поднети жалбу шефу у пословници. 40%
- Пренеће такво негативно искуство познаницима. 62%

Ако туриста након повратка са туристичког путовања помисли да није „добио оно што је платио“, што му је обећано понудом аранжмана (смештај, храна, бројне друге услуге) шта мислите да ће предузети:

- За следеће путовање неће бирати ту агенцију. 66%
- Пренеће такво негативно искуство познаницима. 87%

Примена кодекс пословног понашања (у%)

Агенција у којој радите поседује кодекс пословниг понашања:	У писменој форми	40
	У усменој форми	40
	Уопште не поседује	20
... и тим кодексом дефинише однос према	послу	72
	имовини	40
	сарадницима	62
	потрошачима	70
	пословним партнерима	62
	животној средини	26
	локалној заједници	11

ЗАПОСЛЕНИ И МЕНАЏМЕНТ

- Јединствена и тачна евиденција – проблем!
- 106 туристичких агенција у Новом Саду.
- 33 чланице Националне асоцијације туристичких агенција (YUTA).

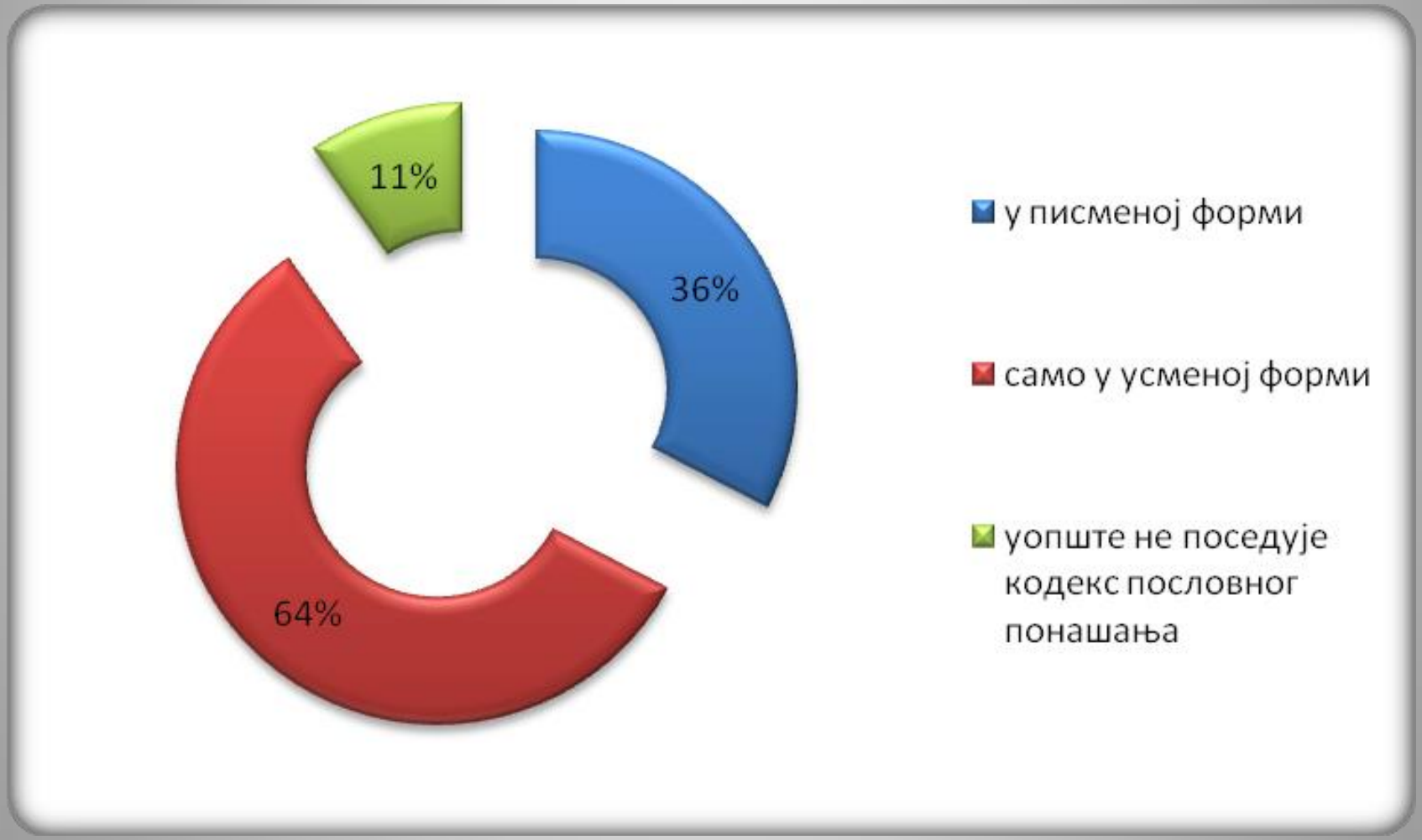
УЗОРКОВАЊЕ

- новембар 2011. године:
- Туристичке агенције на територији Новог Сада.
- Метод случајног избора:
  - 35 агенција - 47 испитаника.

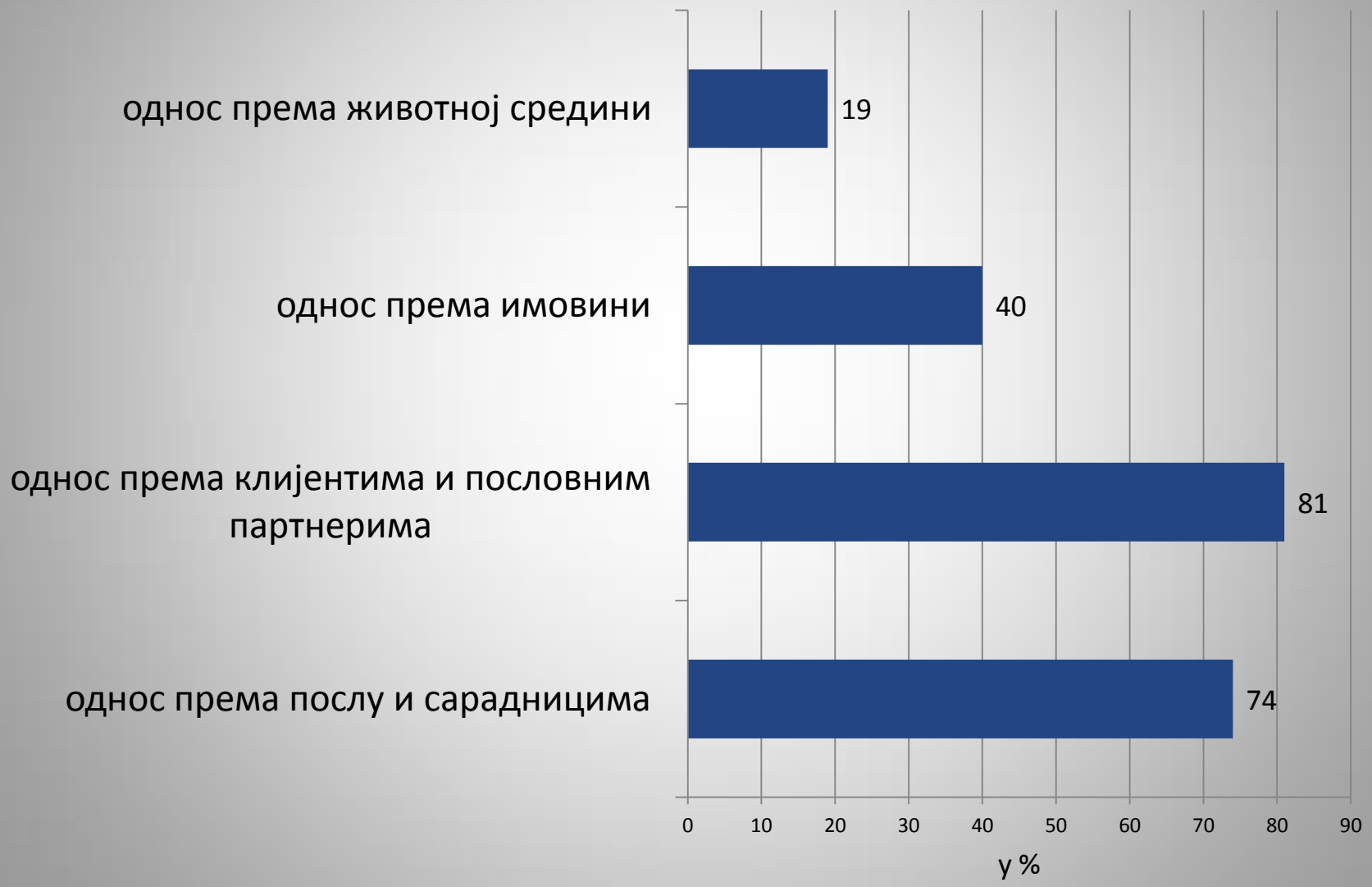
АНАЛИЗА ОСНОВНИХ ПОКАЗАТЕЉА

• **пол:**	**13% мушкарци, 87% жене**
• старост:	79% од 18 до 32 год.
• ниво образовања:	67% високо (4 год.)
• стручна спрема:	64% туризам
• радни стаж:	у туризму - 51% од 1 до 5 год.
	у ТА - 55% од 1 до 5 год.
• радни однос:	77% на неодређено време
• тренутна функција:	77% службеници

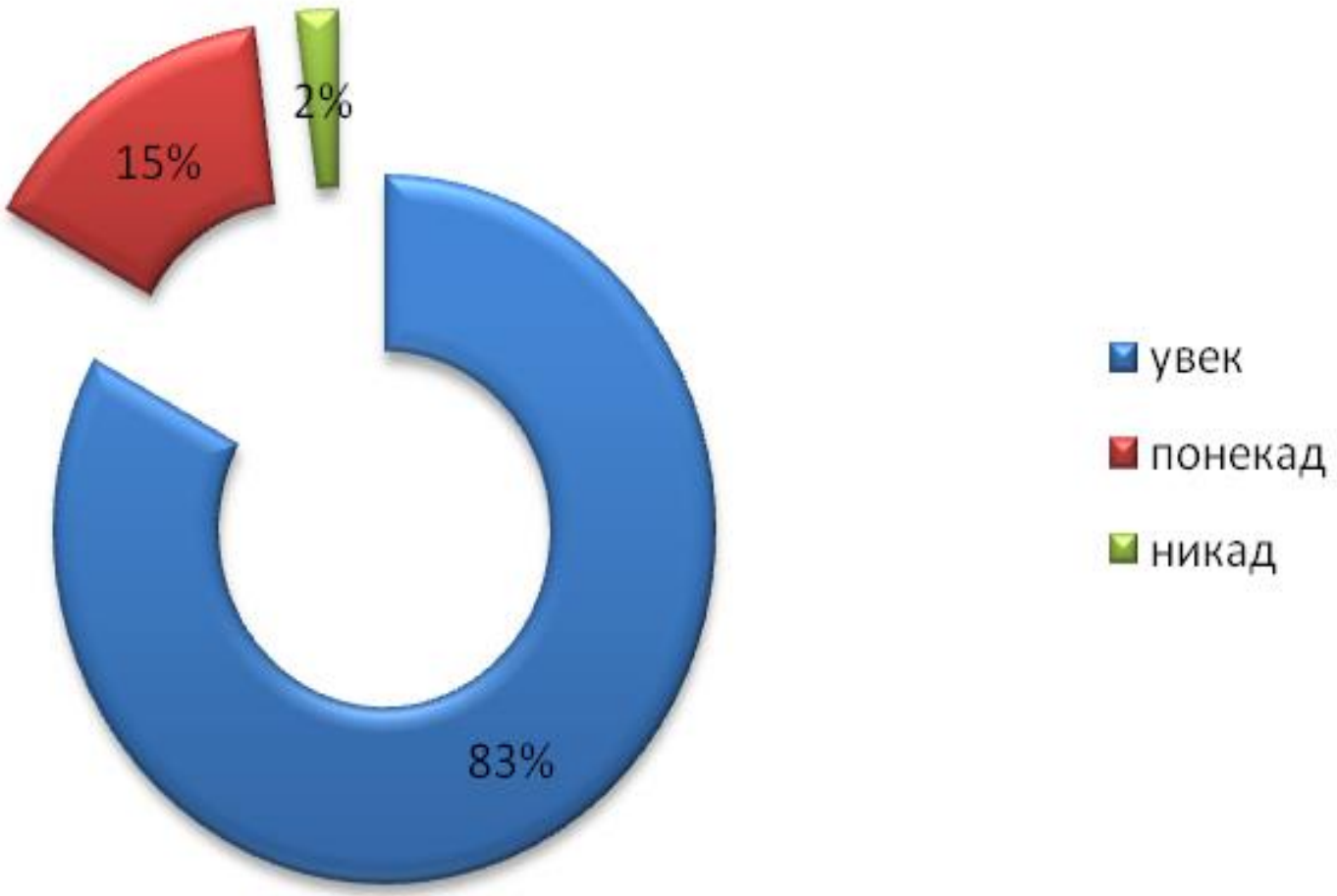
ПРИМЕНА ПОСЛОВНЕ ЕТИКЕ У ТУРИСТИЧКИМ АГЕНЦИЈАМА НОВОГ САДА



ОБЛАСТИ КОЈЕ ДЕФИНИШУ КОДЕКСИ ПОСЛОВНОГ ПОНАШАЊА У ТА НОВОГ САДА

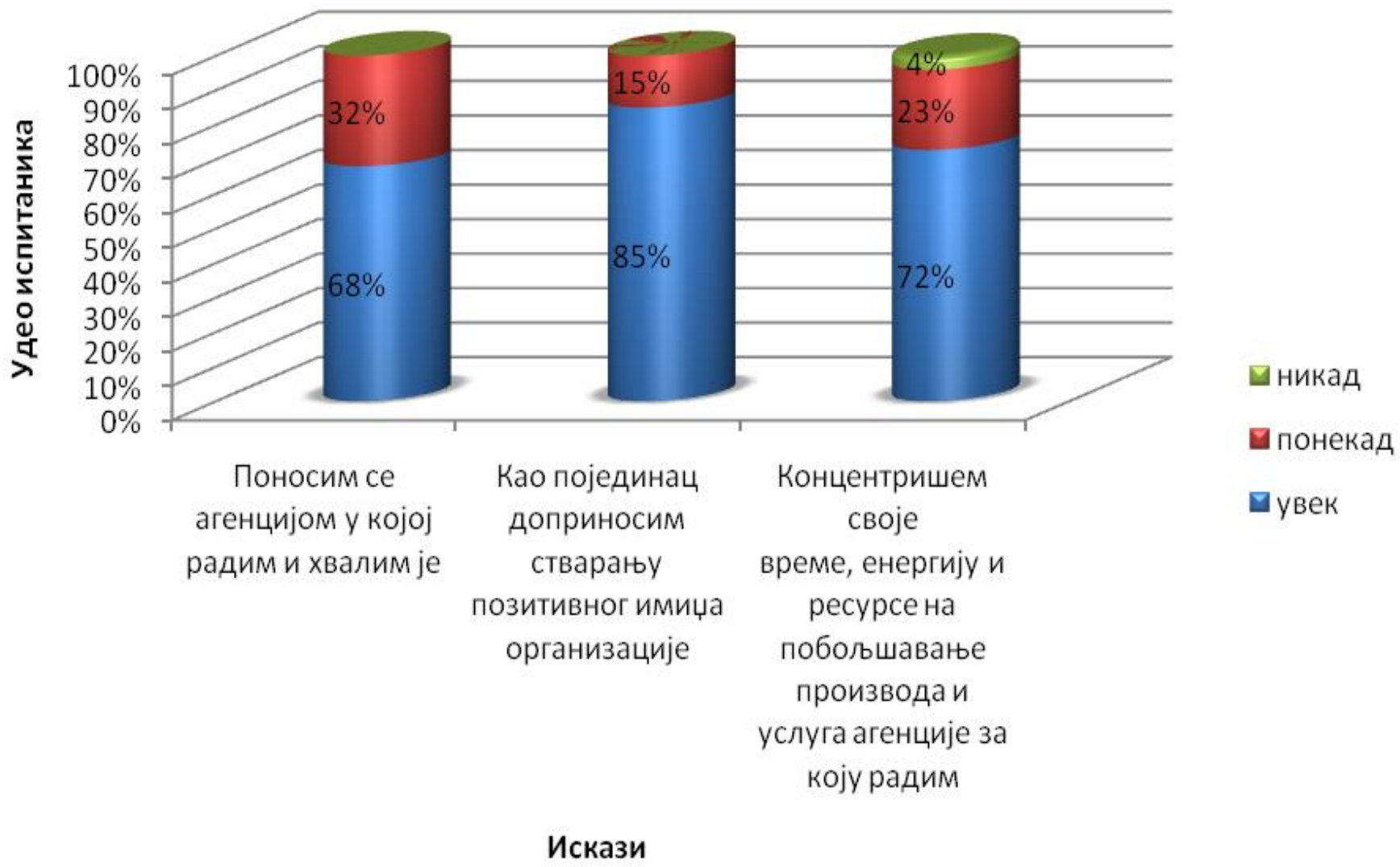


ПРИМЕНА ОСНОВНИХ ЛИЧНИХ МОРАЛНИХ ВРЕДНОСТИ ТОКОМ СВИХ ОБЛИКА ПОСЛОВНИХ АКТИВНОСТИ



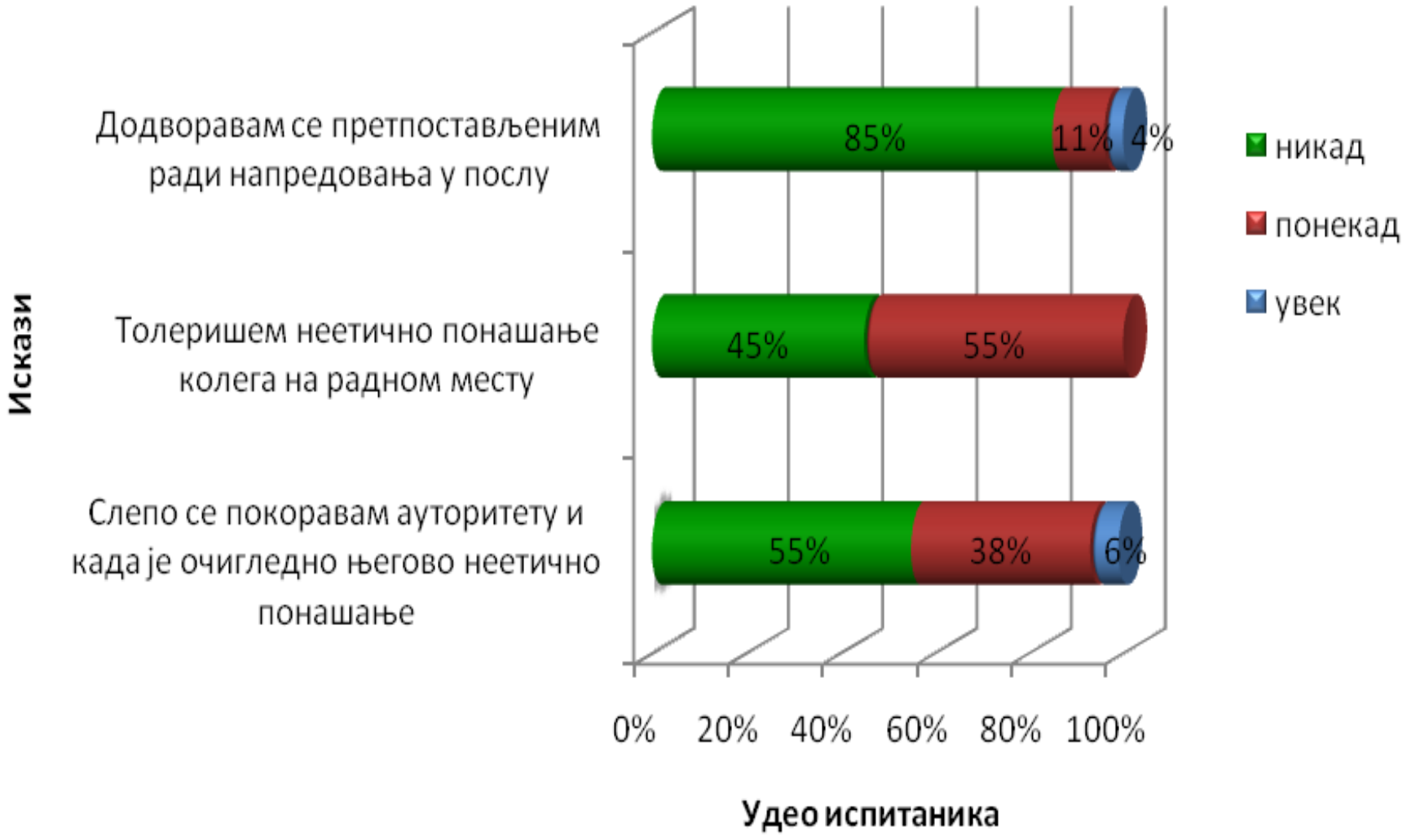
ЕТИКА ПОЈЕДИНЦА

ЕТИЧНО ПОНАШАЊЕ ЗАПОСЛЕНИХ ПРЕМА АГЕНЦИЈИ У КОЈОЈ РАДЕ

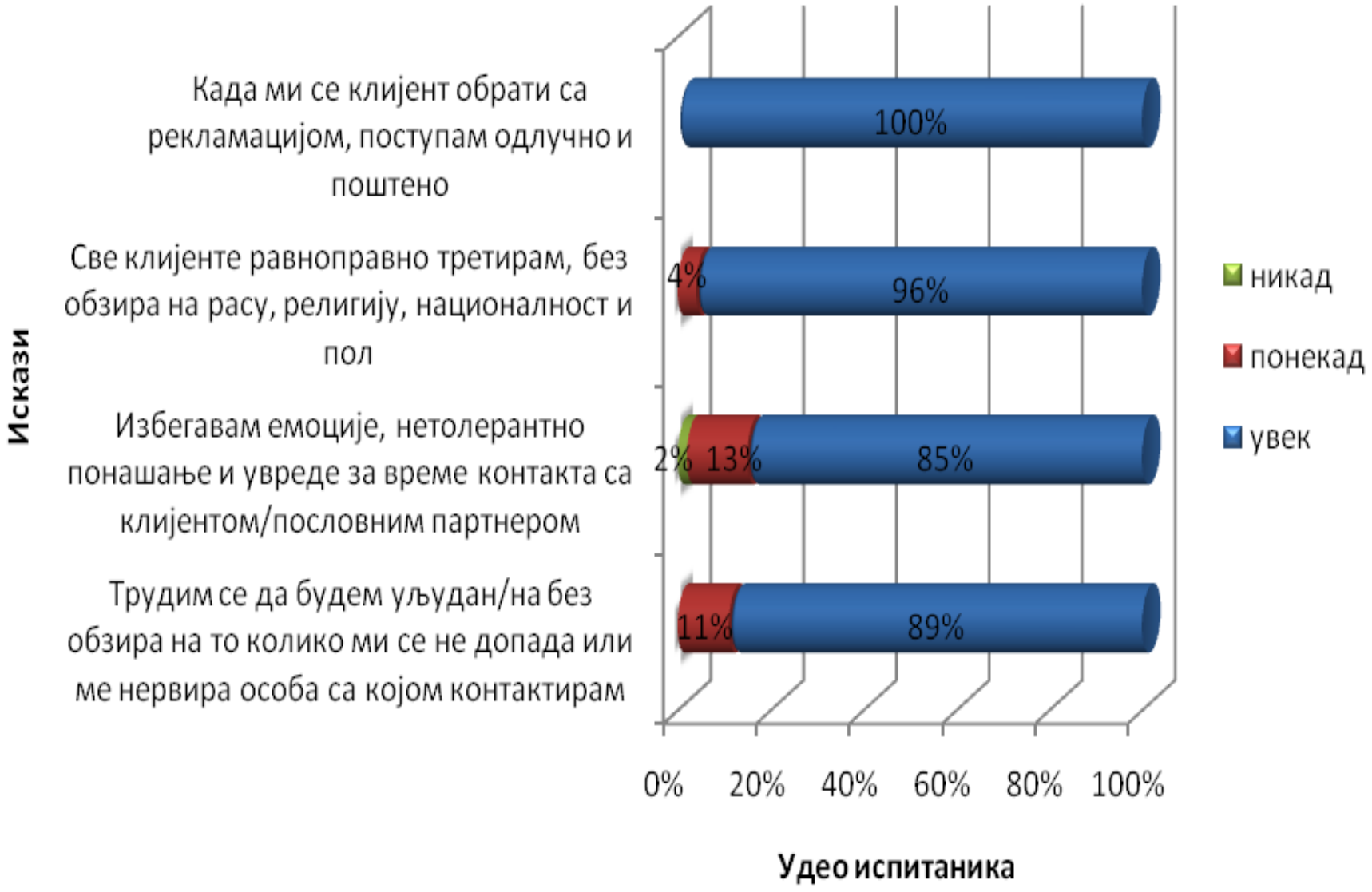


НЕЕТИЧНО ПОНАШАЊЕ ЗАПОСЛЕНИХ ПРЕМА АГЕНЦИЈИ У КОЈОЈ РАДЕ

ПРИМЕНА ЕТИКЕ У МЕЂУСОБНОМ ОДНОСУ ЗАПОСЛЕНИХ

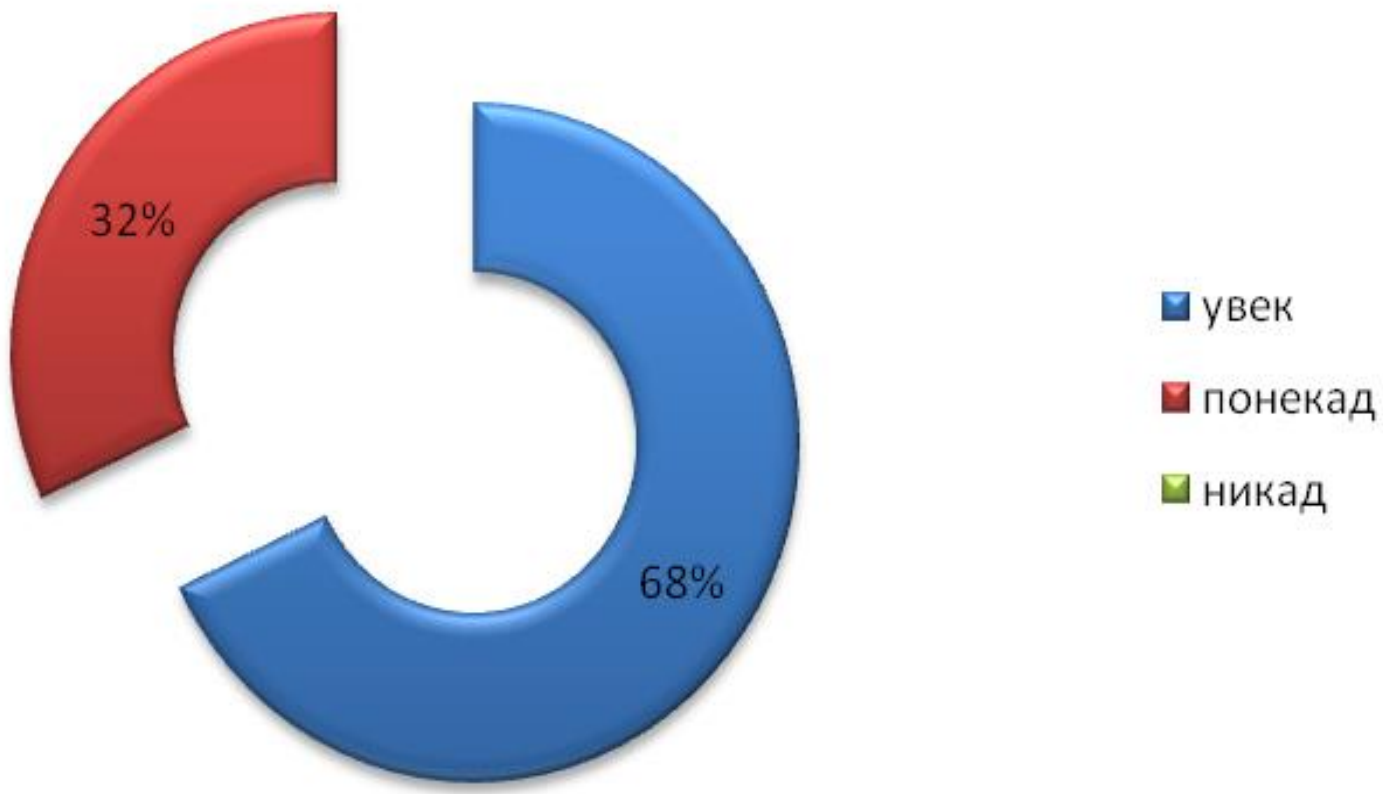


ПРИМЕНА ЕТИКЕ У ОДНОСУ СА КЛИЈЕНТИМА



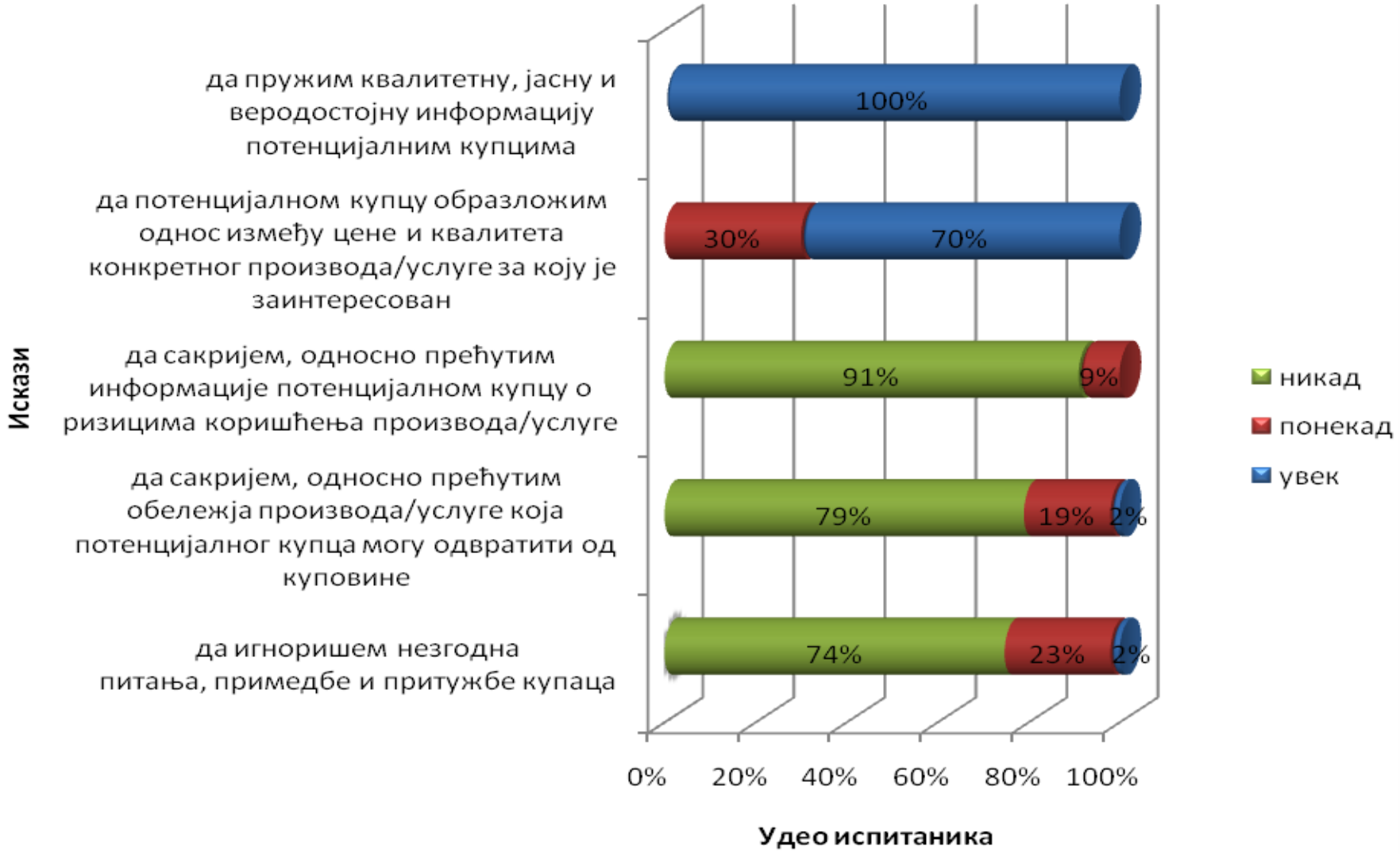
ЕТИКА ТУРИСТИЧКЕ АГЕНЦИЈЕ

ТА ИНСИСТИРА НА ПОСЛОВНОМ ПОНАШАЊУ СВИХ ЗАПОСЛЕНИХ И ТОМЕ ПРИДАЈЕ ВЕЛИКИ ЗНАЧАЈ



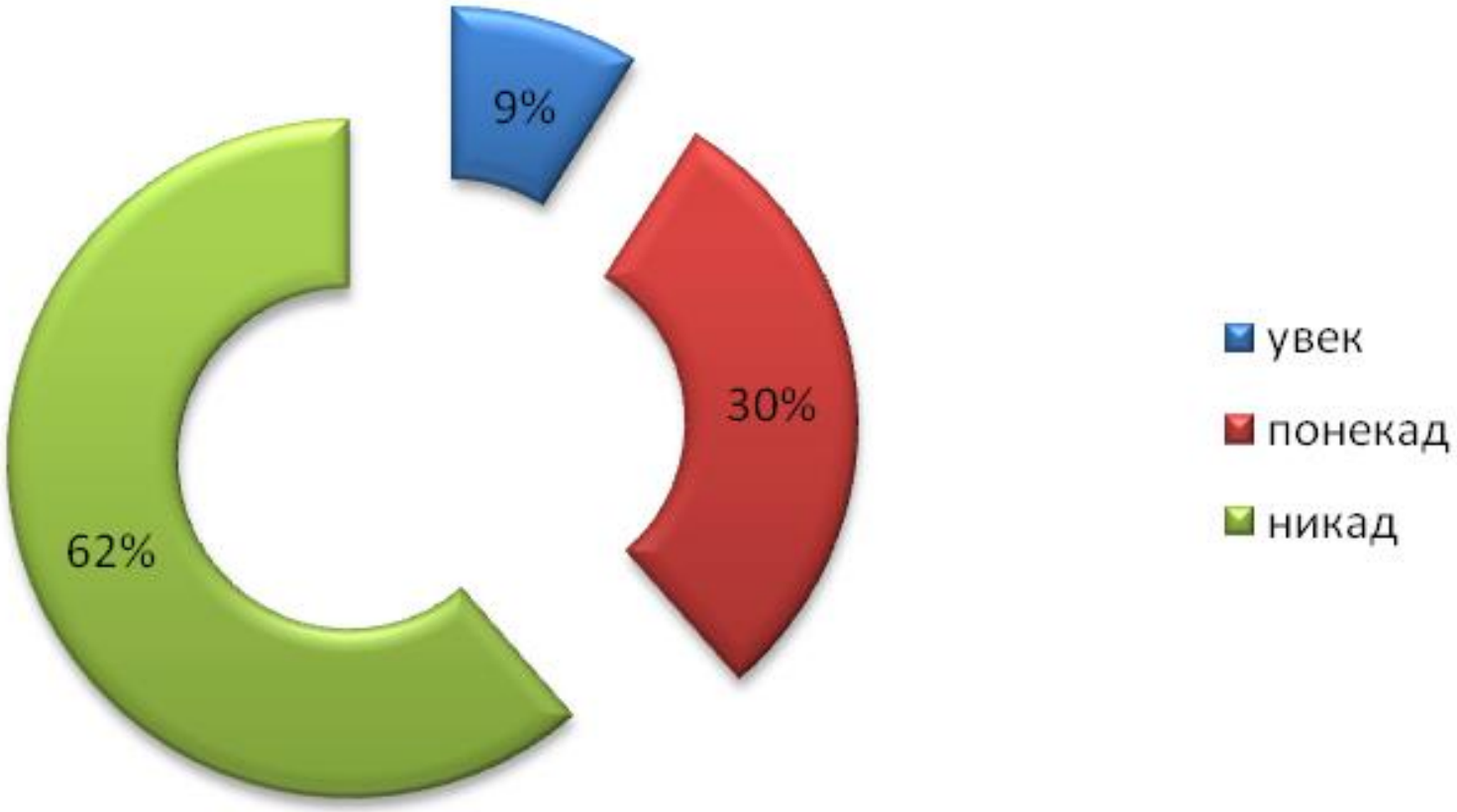
НЕЕТИЧНО ПОНАШАЊЕ МЕНАЏМЕНТА ПРЕМА ЗАПОСЛЕНИМА - МОБИНГ

ПОСТУПЦИ КОЈИ СЕ ОЧЕКУЈУ ОД ЗАПОСЛЕНИХ У ОДНОСУ ПРЕМА КЛИЈЕНТИМА

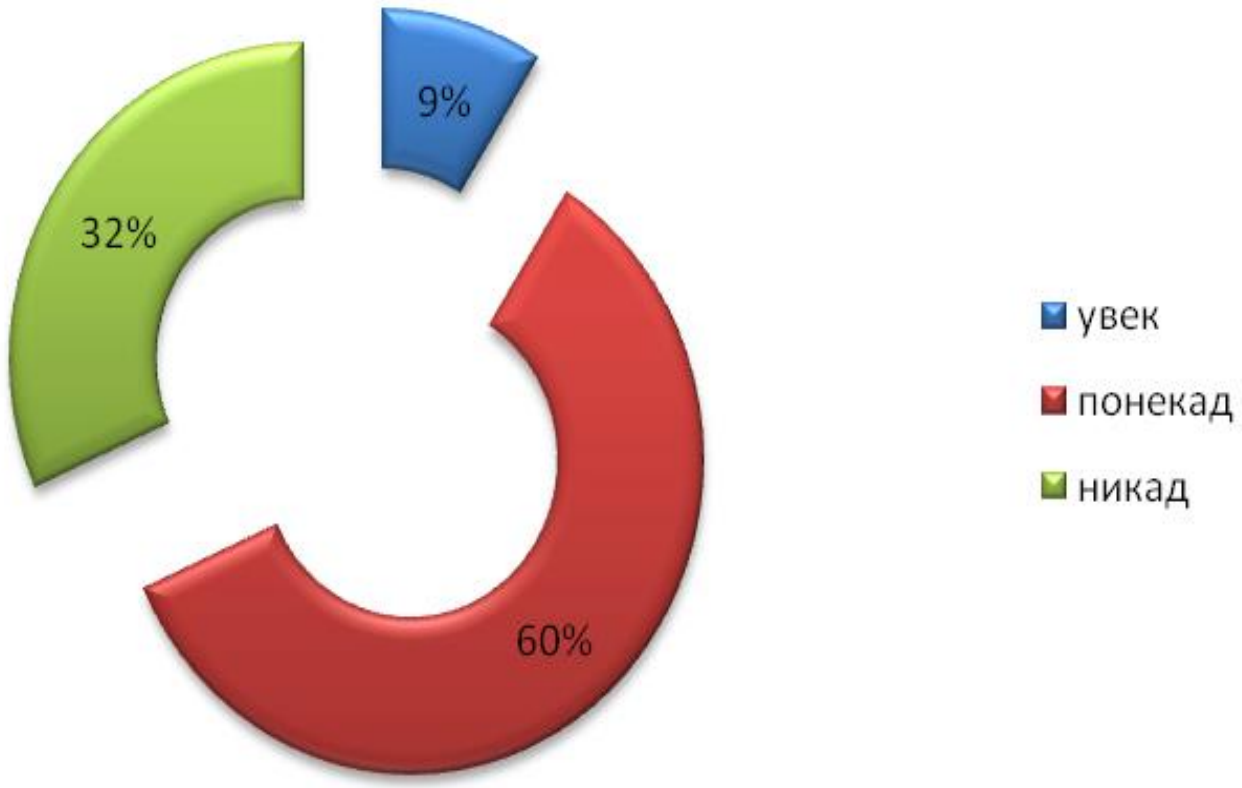


Очекивани стандарди пословног понашања

ОД ЗАПОСЛЕНИХ У АГЕНЦИЈАМА СЕ ОЧЕКУЈЕ
да промовишу услуге агенције за коју раде на такав начин да се умањује вредност и значај конкурентских услуга



ОД ЗАПОСЛЕНИХ У АГЕНЦИЈАМА СЕ ОЧЕКУЈЕ
да обављају постављене задатке и када увиђају неправилности у захтеваном начину извршавања



!!!

- Наведени контрадикторни одговори испитаника упућују на недовољно развијену пословну етику у туристичким агенцијама.

- Лутања“по питању схватања третиране проблематике, резултат су одсуства едукације о пословној етици од стране менаџмента, али и недостатка одговарајуће регулативе од стране надлежних државних установа.

- „Када ми се клијент обрати са рекламацијом 100% поступа одлучно и поштено“.

- игноришу незгодна питања, примедбе и притужбе купац
  - готово ¼ запослених понекад,
  - 2% испитаника увек то раде (управо јер се овакав поступак од њих очекује).

???

- Реаговања овакве „армије запослених“ у кризним ситуацијама, какве су честе у туризму.

- Од колике је важности ова проблематика указује и организовање Првог конгреса етике у туризму - „First International Congress on Ethics and Tourism“ .

ЛИЧНИ СТАВОВИ - МЕНАЏМЕНТ

Етика појединца (запосленог) и етика менаџмента УСАГЛАШЕНЕ (глобално)

ИПАК:

- 94% никада не говори лоше о конкурентним агенцијама ради постизања успеха агенције за коју ради;
- док 39% запослених сматра да се од њих очекује да понекад или увек промовишу услуге агенције на такав начин да се умањују вредност и значај конкурентских услуга.

ИПАК:

- 55% испитаника изјавило да се никад не покорава ауторитету када је очигледно његово неетично понашање;
- док 69% запослених сматра да се од њих очекује да извршавају постављене задатке и када уочавају неправилности.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

- Једна од ограничавајућих околности за ефикасан рад и дугорочније опстајање на тржишту - недостатак етичких кодекса у писаној форми;
- Код запослених је у перцепцији властитог етичког понашања испољена одређена контрадикторност;
- Тиме је лако постићи контраефекат у погледу задовољства потрошача.
- Ово указује да се менаџмент недовољно бави управљањем људским ресурсима, укључујући њихову едукацију како у области пословне етике, тако и у професионалним задацима уопште;

- Од запослених се очекују понашања која су у функцији бољих пословних ефеката, што због краткорочне перцепције често или понекад подразумева занемаривање пословне етике;
- То даље указује да менаџмент у већини ТА на пословну етику не гледа као на инструмент за постизање конкурентске предности;
- Менаџмент уместо да охрабрује начела пословне етике, као основу пословне климе организације, уствари намеће неетично понашање запосленима;
- Неопходност доношења етичких кодекса којима се дефинишу начела и правила понашања запослених.

Handbook, Job Description/Role etc.

- Да уз обуку информишу, едукују и заштите запослене и наравно компанију *in general.*

- + радионице и редовни састанци - разматрање етичких дилема са којима се запослени сусрећу у свом раду:

- спречавање конфузије унутар колектива у погледу мерила вредности и норми пожељног понашања.

- Етичка клима - стварању групне савести радног колектива као најјачег савезника у доношењу моралних одлука.

!!!

- Није забележена ни једна агенција чија се политика заснива на томе да се едукацијом и тренингом запосленима помогне у решавању етичких дилема у обављању свакодневних пословних задатака и на тај начин подстакне свест о пословној етици.

!!!

- Запослени у ТА у Новом Саду спремнији да делују на етичан начин иако је то супротно ставовима менаџмента у наведеним ситуацијама.