

Položaj zaposlenih žena u turizmu EU

Bošković, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:941628>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-20**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma Dr. Mijo Mirković

IVANA BOŠKOVIĆ

POLOŽAJ ZAPOSLENIH ŽENA U TURIZMU EU

Diplomski rad

Pula, 2020

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma Dr. Mijo Mirković

IVANA BOŠKOVIĆ

POLOŽAJ ZAPOSLENIH ŽENA U TURIZMU EU

Diplomski rad

JMBAG: 0303045258, redoviti student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Europsko turističko tržište i trendovi razvoja

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: doc.dr.sc. Iva Slivar

Pula, rujan 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra _____ ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja
Dobrile
u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom

_____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u
javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u
javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na
raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim
pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga
pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	6
2. POLOŽAJ ŽENA NA GLOBALNOJ RAZINI	8
2.1. Zaposlenost žena	8
2.2. Poduzetništvo i ekonomska moć žena	13
2.3. Edukacija i trening	16
2.4. Ravnopravnost spolova u vođenju, politici i odlučivanju.....	18
2.5. Podrška društva i zajednice.....	20
3. POLOŽAJ ZAPOSLENIH ŽENA U TURIZMU U EU	22
3.1. Turizam u Europi	23
3.2. Ravnopravnost spolova i zapošljavanje u turizmu.....	24
3.3. Europske inicijative ravnopravnosti spolova	28
3.4. Žene i informacijska tehnologija u turističkoj industriji.....	29
3.4.1. Inicijative koje promiču ravnopravnost spolova u tehnološkom sektoru	31
3.4.2. Spol, turizam i digitalna transformacija.....	32
3.5. Spolne razlike na menadžerskim pozicijama	34
4. ZAPOSLENOST ŽENA U HRVATSKOJ U TURIZMU VS. U EU	35
4.1. Zaposlenost žena u djelatnostima smještaja i prehrane u Hrvatskoj.....	35
4.2. Zaposlenost žena u djelatnostima smještaja i prehrane u EU	37
5. ZAKLJUČAK	39
6. LITERATURA.....	41
7. POPIS TABLICA I GRAFOVA.....	45
8. SAŽETAK.....	46
9. SUMMARY	48

1. UVOD

Žene čine većinu turističke radne snage širom svijeta. Ovaj rad ističe prilike i izazove za žene, osnaživanje i socioekonomski razvoj u digitalno doba turizma. Rad je usredotočen na pet glavnih područja: zapošljavanje, poduzetništvo, liderstvo, obrazovanje i zajednica.

Žene igraju važnu ulogu u turizmu. Sveukupno, one predstavljaju većinu turističkih djelatnika, ali u velikoj su mjeri na nižim razinama u sektoru. Dok žene često posjeduju i upravljaju vlastitim turističkim poduzećima, manje su zastupljena na rukovodećim pozicijama. Razlika u plaćama među spolovima postoji u turističkom sektoru, jer žene za jednaki rad zarađuju manje od muškaraca. Iako žene većinom imaju formalno turističko obrazovanje, njima uglavnom nedostaje trening vještina potreban da bi se osiguralo napredovanje u karijeri. Nedostatak obrazovanja ili formalne obuke ugrožava aktivno sudjelovanje žena u turizmu.

U prvom dijelu diplomskog rada govorit će se o položaju žena na globalnoj razini. U tom poglavlju razradit će se tema kroz pet potpoglavlja; zaposlenost žena, poduzetništvo i ekonomska moć žena, edukacija i trening, ravnopravnost spolova u vođenju, politici i odlučivanju te podrška društva i zajednice.

U drugom dijelu riječ je o položaju žena u turizmu u EU, kao glavnoj temi ovog diplomskog rada, podijeljenoj u šest potpoglavlja; turizam u Europi, ravnopravnost spolova i zapošljavanje u turizmu, Europske inicijative ravnopravnosti spolova, žene i informacijska tehnologija u turističkoj industriji, spolne razlike na menadžerskim pozicijama te spolne razlike turoperatora.

Zatim se istražuje zaposlenost žena u turizmu u Hrvatskoj i uspoređuju se podatci sa zaposlenim ženama u turizmu u EU. Podatke koji su bili potrebni prikupljeni su sa stranica DZS-a tj. Državnog zavoda za statistiku za Hrvatsku, a za EU su podatci sa ILOSTAT-a. Cilj istraživanja je utvrditi odstup li Hrvatska od EU prosjeka tj. jesu li su postotci zaposlenih žena u turizmu približno isti.

Svrha ovog diplomskog rada je ispitati ključne čimbenike koji doprinose ravnopravnosti spolova u turističkom sektoru. Ono precizira izazove i identificira načine kako ublažiti nejednakost i iskoristiti potencijale turizma za unapređenje rodne ravnopravnosti. Da bi se to postiglo, rad istražuje pet tematskih područja - zapošljavanje; poduzetništvo; obrazovanje i osposobljavanje; vodstvo, politika i donošenje odluka; i zajednicu i civilno društvo. Ovaj rad istražuje trendove u Europi i izvan Europe u četiri ključne turističke industrije - digitalne platforme i tehnologiju, hotele i smještaje, turooperatore i turizam u zajednici.

2. POLOŽAJ ŽENA NA GLOBALNOJ RAZINI

Ovo poglavlje istražuje status žena u turizmu kroz pet tematskih područja; zapošljavanje, poduzetništvo, obrazovanje i osposobljavanje, vodstvo, politiku i odlučivanje te zajednicu i civilno društvo. Za svako se područje na kraju zaključuje postiže li se cilj, odnosno jesu li žene ravnopravne prema muškarcima u svim područjima istraživanja. Na primjer, pruža li ženama zapošljavanje u turizmu pristojan rad? Promiču li turističko obrazovanje i osposobljavanje ravnopravnost spolova i osnaživanje žena u tom sektoru? Jesu li žene zastupljene i utjecajne u prostorima za donošenje odluka na svim razinama turističkog sektora? Koristeći kvantitativne podatke i detaljne studije slučaja, poglavlje razvija sliku prilika i izazova za postizanje ravnopravnosti spolova u sektoru turizma.

2.1. Zaposlenost žena

Prema podacima sa ILOSTAT-a (International Labour Organization) iz tablice 1., 54% ljudi zaposlenih u turizmu širom svijeta su žene. ILOSTAT je u to istraživanje uključio ukupno 157 država. U 33 Američke savezne države 57% zaposlenih radnika u turizmu su žene, u Africi 69%, Azija i Pacifik su kao i Europa na 53%, dok je Bliski Istok tek na 9% zaposlenih žena.¹

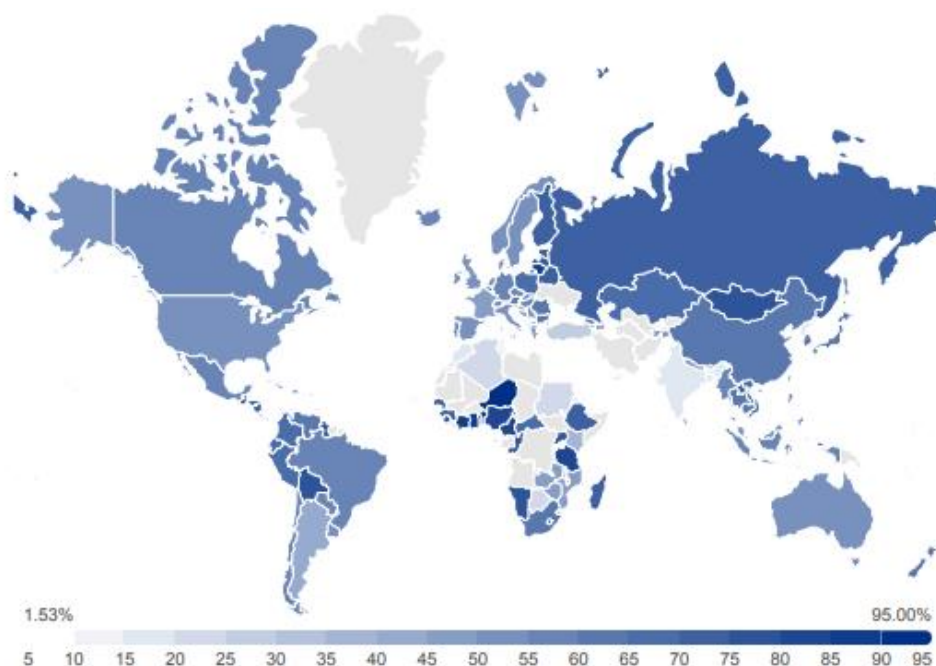
Regije UNWTO-a	Broj zemalja uključen u primjer	Broj zaposlenih (*1000)	Broj zaposlenih žena (*1000)	Žene (%)
Amerika	33	28,040	16,034	57
Afrika	37	6,602	4,881	69
Azija i Pacifik	29	58,669	31,047	53
Europa	45	16,264	8,580	53
Bliski Istok	13	2,897	310	9
Svijet	157	112,500	60,867	54

Tablica 1. Broj i postotak osoba po spolu zaposlenih u „uslugama smještaja i prehrane“ 2018. godine

Izvor: International Labour Organization ILOSTAT (2018b), <https://ilostat.ilo.org/topics/women/> (19.08.2020.)

¹ UNWTO (2019), *Global Report on Women in Tourism*, UNWTO, Madrid (online) dostupno: <https://www.unwto.org/publication/global-report-women-tourism-2-edition> (19.08.2020.)

U mnogim slučajevima pravna zaštita žena u turističkom zapošljavanju je ojačana. Ulažu se naponi u otklanjanje razlike u plaćama među spolovima i sve se više pažnje posvećuje ženskim pravima. Prema podacima iz 2018. godine žene predstavljaju veliki dio turističke radne snage (54%), međutim i dalje su zaposlene na nižim pozicijama. To znači da je, iako je sudjelovanje žena u turizmu značajno, ukupna kvaliteta njihovog sudjelovanja i dalje loša. Razlika u plaćama i dalje je veliki problem u svijetu - žene u turizmu prema podacima iz 2018. godine zarađuju manje od muškaraca. Kao i u svim sektorima, spolna nejednakost ostaje ključni izazov za zapošljavanje u turizmu.²



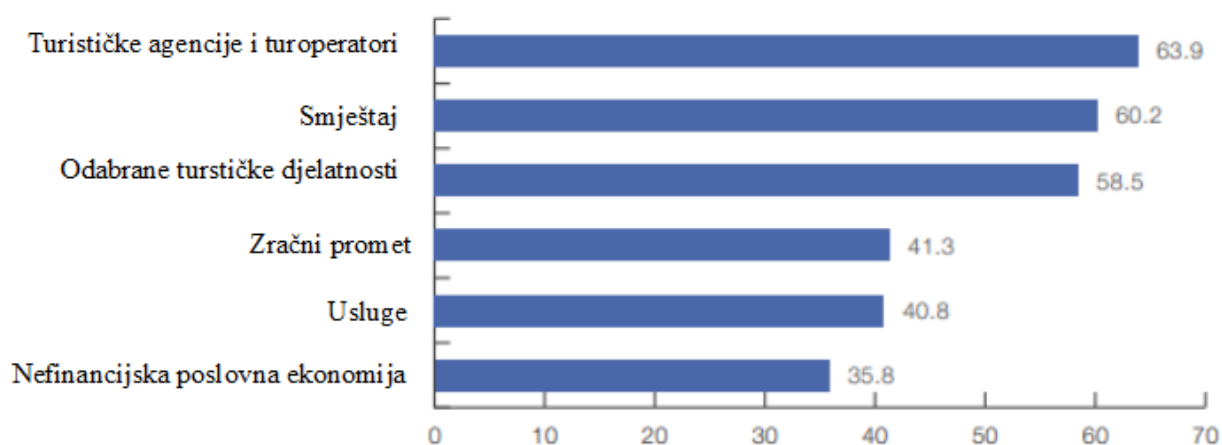
Graf I. Postotak žena zaposlenih u turizmu u svijetu 2018.

Izvor: International Labour Organization ILOSTAT (2018b) u Globalnom izvješću o ženama u turizmu (22.08.2020.)

Graf 1. prikazuje postotak žena zaposlenih u turizmu u svijetu 2018. godine. Može se vidjeti kako većina razvijenih zemalja ima i veći postotak zaposlenih žena u turizmu. To zasigurno ima veze s njihovom kulturnom i tehnološkom razvijenošću, ali i politikom, dok ostale zemlje koje imaju niži postotak zaposlenosti žena još uvijek nisu razvile svijest o ravnopravnosti spolova.

² UNWTO, op.cit. str. 31

Podatci Europske unije (EU28) omogućuju detaljnije podatke. Kao što je prikazano na grafu 2., žene čine 58,5% svih zaposlenih u odabranim turističkim djelatnostima u EU u usporedbi s 40,8% u uslugama i 35,8% u nefinancijskoj poslovnoj ekonomiji. Brojke su još veće za smještajne i turističke agencije / turoperatore, sa 60,2%, odnosno 63,9%. U vrijeme izrade ovog rada, 2014. godina je bila zadnja godina s dostupnim podacima. EU drugačije definira turizam od UNWTO-a i takvi se podatci prikupljaju periodično, a ne godišnje.



Graf II. Karakteristike zaposlenosti u turizmu, EU28, 2014., udio zaposlenih žena (%)

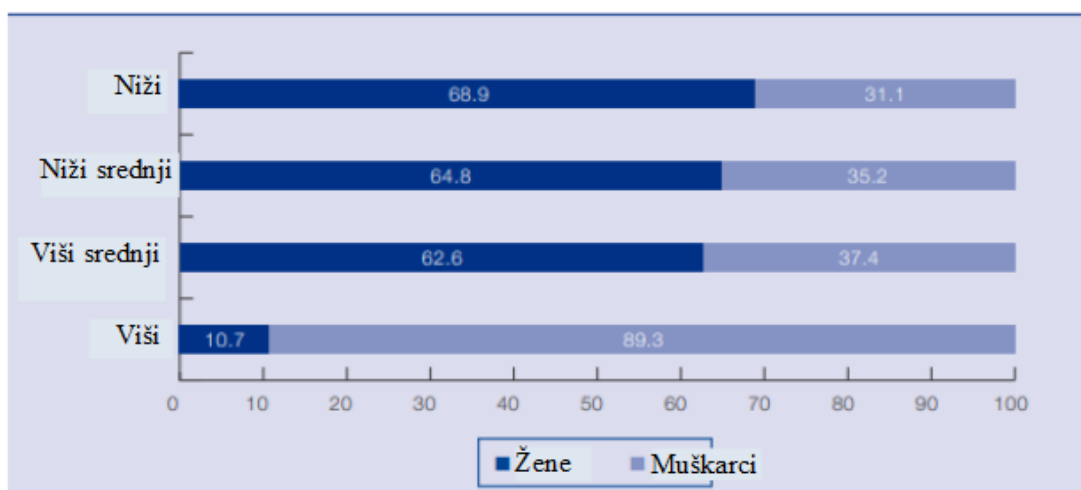
Izvor: Eurostat (2014), Data on Tourism Industries, European Union, Luxembourg (online), dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database> (22.08.2020.)

Ženskim radom u turizmu dominiraju neformalnost kroz visoku fluktuaciju osoblja, dugo radno vrijeme, podugovaranje, fleksibilni radni uvjeti, sezonski posao. Ženski rad koncentriran je u sezonskim, honorarnim i slabo plaćenim poslovima, poput maloprodaje, ugostiteljstva i čišćenja, kako u velikim hotelskim lancima, tako i u manjim hotelima i obiteljskim poduzećima.³

³ International Labour Organization (2001), *Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector*. Report TMHCT/2001, ILO, Geneva (online), dostupno: www.ilo.org (22.08.2020.)

U listopadu 2015. easyJet je pokrenuo leteću inicijativu Amy Johnson s ciljem suočavanja sa stereotipom i udvostručavanjem žena u cijeloj industriji. Udio novih ženskih pilota bio je 12% tijekom dvije godine. U 2016. godini tvrtka je primila 49 novih žena kopilota, što je bilo povećanje od 48% u odnosu na prethodnu godinu. To je povećalo udio ženskih pilota u easyJet-u na 13%. Kako bi promovirao inicijativu, easyJet je radio u partnerstvu s Udrugom britanskih žena pilota.

Inicijativu treba razumjeti u kontekstu izuzetno velike razlike u plaćama među spolovima u zrakoplovnim prijevoznicima općenito, a posebno u Europi u easyJet-u, koja iznosi 50%. Uoči novih propisa u Ujedinjenom Kraljevstvu, easyJet je dobrovoljno izvijestio o svojoj rodnoj razlici u plaćama u 2015. i 2016. godine. Piloti su uglavnom muškarci i njihove su plaće veće u odnosu na ostale zaposlenike. Kao odgovor na veliku razliku u plaćama među spolovima, novi izvršni direktor Johan Lundgren dobrovoljno je smanjio plaću u iznosu od 34.000 GBP kako bi ju sveo na plaću svoje prethodnice Carolyn McCall.



Graf III. Udio zaposlenih muškaraca i žena u easyJetu iz Ujedinjenog Kraljevstva prema kvartalima platnih opsega, 2017. (%)

Izvor: easyJet United Kingdom (2017)

Graf III. prikazuje udio zaposlenih muškaraca i žena u easyJetu iz Ujedinjenog Kraljevstva prema kvartalima platnih opsega 2017. godine. Može se vidjeti da su u nižim kvartalima žene daleko bolje plaćane od muškaraca, dok su u višim kvartalima muškarci daleko dominantniji od žena. Spolna neravnopravnost uvelike utječe na rad kompanije easyJet-a.

2017. godine u British Airways-u prosječna satnica žena bila je 18% niža od muške, a statistika iz 2018. je iznosila 10%. Razlika u plaći, u tvrtki, u najvećem se dijelu može pripisati nedostatku zastupljenosti žena na višoj razini, kako među pilotima, tako i među menadžmentom. Kako bi riješila rodnu neravnotežu među pilotima, tvrtka posjećuje škole, fakultete i događaje koji nadahnjuju mlade žene za karijeru u zrakoplovstvu, inženjerstvu ili letačkim operacijama.

U 2017. godini Travelodge je izvijestio o razlici u plaćama od 10,7% u korist muškaraca, što je znatno niže od nacionalnog prosjeka. Sveukupno, 48% njihovih zaposlenika rade u domaćinstvu, a 88% spremačica su žene. Korporativne politike i značajna zastupljenost žena među osobljem, može biti odgovorna za razlike u plaćama niže od prosječne. Međutim, jaz uglavnom ostaje i dalje jer su ženski poslovi nerazmjerno na donjem kraju platne ljestvice. Travelodge ima za cilj provoditi robusne politike za ispravljanje razlike u plaći među spolovima.⁴

4 UNWTO, op.cit. str. 43

2.2. Poduzetništvo i ekonomska moć žena

U posljednjih nekoliko godina poduzetništvo pruža mogućnosti za ravnopravnost spolova i osnaživanje žena. Međutim, ove pogodnosti zahtijevaju intervencije na javnoj i privatnoj razini. Turističko poduzetništvo može ponekad biti manje korisno za žene nego što je to slučaj s muškarcima. I dalje postoje ograničenja za žensko poduzetništvo u turizmu, uključujući diskriminirajuće zakone, kulturna ograničenja i teške poslovne propise u mnogim zemljama koji sprečavaju žene u pokretanju njihovog turističkog poduzeća.

Turizam kao sektor ženama nudi velike mogućnosti za poduzetništvo koje ne zahtijevaju veliko financiranje. Međutim, žene i dalje imaju izazove zbog ograničenog ili nikakvog pristupa financijama i tržištu za pokretanje ili rast turističkog poslovanja. Žensko poduzetništvo sprječava i nedostatak pristupa tehnologiji, informacijama, poslovnim vještinama, obrazovanju i osposobljavanju.⁵

Europska unija provela je nekoliko mjera koje nude snažnu podršku ženskom poduzetništvu u sektoru turizma. Na primjer:

- akt o malim poduzećima iz 2008. godine ima za cilj osigurati bolji pristup financijama za žene, osigurati razvoj ženskog poduzetništva i pružiti podršku;
- uredba br. 800/2008 proširuje dodjelu državnih potpora za nova poduzeća koja su osnovale žene;
- akcijski plan za poduzetništvo 2020., usvojen 2012. godine, potiče države članice EU da osmisle i provode nacionalne strategije za žensko poduzetništvo s ciljem povećanja udjela kompanija koje vode žene. Također potiče članove da prikupljaju podatke razvrstane po spolu i godišnje izvještavaju o stanju žena poduzetnica. Poziva države da provode politike koje ženama omogućuju postizanje odgovarajuće ravnoteže između posla i života.⁶

Žene poduzetnice, posebno u zemljama u razvoju, koncentrirane su u niskoj produktivnosti i neformalnom sektoru. Kako ove sektore karakterizira ograničeni rast, žene poduzetnice nisu u mogućnosti rasti iz mikro i malih poduzeća u srednja ili velika. Žene

5 World Bank (2017), *Tourism for Development. Women and Tourism: Designing for Inclusion*, World Bank, Washington, D.C. (online), dostupno: www.worldbank.org (20.08.2020.)

6 European Institute for Gender Equality (2017), *Gender in Tourism, EIGE*, Vilnius (online), dostupno: <https://eige.europa.eu> (20.08.2020.)

imaju manje vjerojatnosti da će imati vlastiti posao, a kad i imaju mogućnosti, teže im je pristupiti financiranju kako bi se proširili.

Svjetska financijska korporacija (IFC) procjenjuje da je 70% malih i srednjih poduzeća u vlasništvu žena podcijenjeno od strane financijskih institucija. To uzrokuje kreditni jaz u iznosu od 285 milijardi dolara.⁷ Kako Svjetska banka tvrdi, "ako bi se deblokirale potencijalne poduzetnice, iz siromaštva bi se izvuklo milijun ljudi, došlo bi do otvaranja novih radnih mjesta i povećanje prihoda".

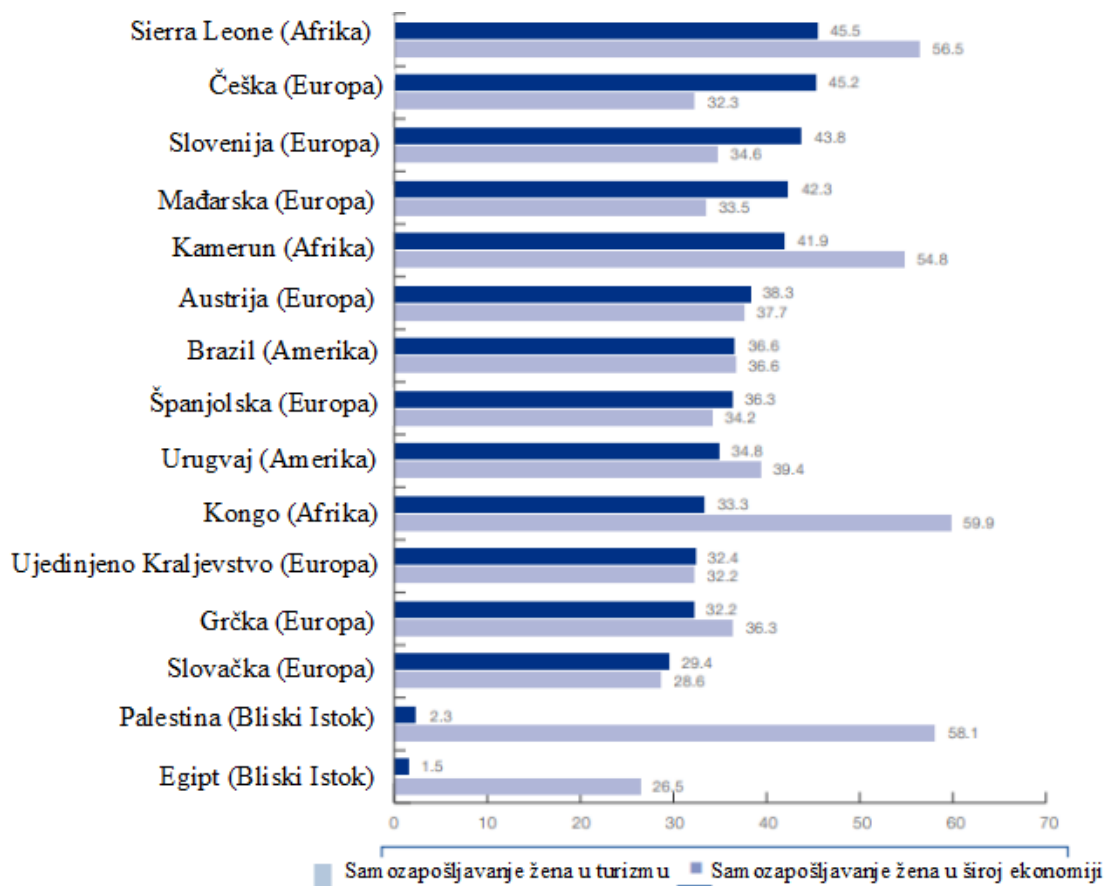
Žene poduzetnice suočavaju se s mnogim preprekama. Prva prepreka je biti žena. Drugo je vrsta poslovanja povezana s restoranima ili tvrtkama koje nude mogućnost susreta s mnogim ljudima. Treće je kada žene žele razviti svoje poduzeća u mjestima u kojima dominiraju velika međunarodna turistička poduzeća.

U većini zemalja koje pružaju podatke ima više samozaposlenih žena u turizmu nego u široj ekonomiji. Koristeći samozapošljavanje kao posrednika za poduzetništvo, na grafu IV. moguće je vidjeti usporedbu samozapošljavanja u turizmu po spolu (koristeći podatke UNWTO-a) s ukupnim samozapošljavanjem prema spolu u široj ekonomiji (koristeći podatke ILOSTAT-a).

Na uzorku od 15 zemalja za koje su ti podatci dostupni, postoji ogromna razlika, što možemo vidjeti na grafu IV. Sedam zemalja ima višu razinu samozapošljavanja žena u turizmu nego u široj ekonomiji. Sve su to europske zemlje. U Palestini i Egiptu samozapošljavanje žena je slabije u turizmu nego u široj ekonomiji, što ukazuje na to da u tim zemljama turizam ne pruža veće mogućnosti za žensko poduzetništvo - slično je i s rezultatima o turističkoj zaposlenosti. Udio žena u samozapošljavanju značajno je veći u turističkom sektoru nego u široj ekonomiji u samo tri države - Češkoj, Mađarskoj i Sloveniji.⁸

7 World Bank, op.cit. str. 9

8 UNWTO, op.cit. str. 51



Graf IV. Samozapošljavanje žena u turizmu i široj ekonomiji, 2012–2016 (%)

Izvor: UNWTO, Madrid (online), dostupno na: www.e-unwto.org., International Labour Organization ILOSTAT (2018b). (21.08.2020.)

Studije pokazuju da je žensko samozapošljavanje u turizmu osjetljivo na širi pravni okvir u zemlji. Međutim, potrebni su dodatni podatci razvrstani po spolu kako bi se istražilo je li samozapošljavanje žena u turizmu manje ili više osjetljivo na određene nacionalne aspekte, nego njihovo samozapošljavanje u široj ekonomiji. Ovakvo istraživanje bilo bi vrlo korisno za informiranje o preporukama politike za jačanje pravnih okvira na načine na koje to unapređuje žensko poduzetništvo, u turizmu i drugim gospodarskim sektorima.

2.3. Edukacija i trening

Još uvijek postoje izuzetno ograničeni specifični podatci o sudjelovanju žena u turističkom obrazovanju i treningu. Postoji segregacija žena i muškaraca u pristupu obrazovanju i obuci vezanima za turizam.

Uz obuku na radnom mjestu, istraživanja Svjetske banke naglašavaju važnost obuke za žene o „mekim“ vještinama i umrežavanju, kao i podizanju svijesti o dostupnim mogućnostima obuke. Ove „meke“ vještine mogu uključivati vještine pregovora, vođenja ili prezentacije koje mogu igrati veliku ulogu u napredovanju u karijeri. Jedna studija Svjetske banke u 2018. otkrila je da: „Paketne usluge (to je kapital u kombinaciji s poslovnom obukom ili tradicionalnim treningom u kombinaciji s mekim vještinama) učinkovitije su u poboljšanju poslovne uspješnosti poduzeća koje vode žene koje žele rast“.⁹

Pozitivan učinak u zapošljavanju i poduzetništvu oblikuje obrazovanje i trening, kao i "samopouzdanje, imovina i mreže". Poboljšane vještine za društvene mreže omogućuju ženama da "iskuse solidarnost sa svojim vršnjacima kao i neovisnost u financijskom odlučivanju i poštovanje unutar njihovih domaćinstava i zajednice".¹⁰

Nedostatak obrazovanja ili formalne obuke ugrožava aktivno sudjelovanje žena u turizmu. Ovo posebno vrijedi za siromašne žene, čak i u različitim kontekstima. Trening se pokazao neophodnim za put do uspjeha. Studije ističu potrebu za osposobljavanjem, kao i za obuku o informacijskim i komunikacijskim tehnologijama posebno digitalne turističke platforme.

Trendovi u turističkom obrazovanju i osposobljavanju moraju se promatrati u širem kontekstu globalnih trendova u svijetu obrazovanja.

9 World Bank (2018), *An Operational Guide to Women's Entrepreneurship Programs in the World Bank*, World Bank, Washington D.C. (online) dostupno: <http://documents.worldbank.org> (21.08.2020.)

10 World Bank (2019), *Profiting from Parity: Unlocking the Potential of Women's Businesses in Africa*, World Bank, Washington, D.C. (online), dostupno: www.worldbank.org (21.08.2020.)

Najnoviji podaci UNESCO-a i Globalnog partnerstva za obrazovanje (2016.) pokazuju da 132 milijuna djevojčica širom svijeta nema školsko obrazovanje. To uključuje 34,3 milijuna djevojčica osnovnoškolskog uzrasta, 30 milijuna djevojčica niže srednje školske dobi i 67,4 milijuna djevojčica srednje škole.¹¹ Dok se više žena upisuje sveučilišta, mnoge prestaju obrazovanje na višem stupnju. Iako žene predstavljaju 53% prvostupnika i magistara na globalnoj razini, njihov se broj naglo smanjuje na doktorskoj razini (43%).¹²

Kao što tvrdi UN Women, spolna diskriminacija umanjuje izgleda žena za obrazovanje i trening na mnogo načina. Zbog ranog braka i kućnog rada, milijuni djevojaka i mladih žena ne završavaju svoje školsko obrazovanje. Seksualno maltretiranje u javnosti može ograničiti žene na ostanak kod kuće.¹³ Svjetska banka također predstavlja izazove za djevojčice i žene kao i druge velike prepreke za obrazovanje, a to su: siromaštvo, kulturne norme i prakse, slaba infrastruktura, nasilje i krhkost.¹⁴

11 Global Partnership for Education (2019), *Education data*, GPE, Washington, D.C. (online) dostupno: www.globalpartnership.org (21.08.2020.)

12 United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2014), *UNESCO's promise: Gender equality, a global priority*, UNESCO, Paris (online) dostupno: <https://unesdoc.unesco.org> (21.08.2020.)

13 UN-Women (2019), *Education and Training of Women*, UN Women, New York (online) dostupno: <http://beijing20.unwomen.org> (21.08.2020.)

14 World Bank (2019), *Girls' Education*, World Bank, Washington, D.C. (online) dostupno: www.worldbank.org (21.08.2020.)

2.4. Ravnopravnost spolova u vođenju, politici i odlučivanju

Novo izvješće pokazuje da su 23% ministara turizma u svijetu žene. To je više od prosječne zastupljenosti žena u portfeljima ministara širom svijeta. Od siječnja 2019. samo 20,7% ministara vlade bile su žene. Pitanje kojima se žene inače bave su socijalna pitanja, obitelj, djeca, mladi, stariji i osobe s invaliditetom.¹⁵

U 2010. godini 20% turističkih direktora i 24% „stolica” u turističkim udrugama bile su žene. Žene su u 2013. činile samo 15,2% članova upravnih odbora, a u 2018. godini ta brojka je porasla na 23%.¹⁶

Regija	Žene, ministrice turizma (%)	Regija	Žene, ministrice turizma (%)
Afrika	36	Afrika	16
Latinska Amerika	25	Amerika	33
Azija	15	Azija i Pacifik	10
Karibi	6	Europa	29
Oceanija	0	Bliiski Istok	21
Prosjeak	20.7	Prosjeak	23

Tablica 2. Žene na ministarskim pozicijama 2009. godine (lijeva tablica) i 2019. godine (desna tablica), u %. Izvor: United Nations Development Programme (2009), Human Development Report 2009 i UN Women 2019.

Kao i u svim sektorima, ulogu žene u turističkom liderstvu treba promatrati u širem kontekstu. Kako naglašava UN Women, od lokalne do globalne razine, žene su podzastupljene kao lideri u svim sferama - od politike do državne službe, privatnog sektora i akademija.¹⁷

15 Inter-Parliamentary Union and UN-Women (2019), *Women in Politics 2019 Map*, IPU and UN-Women, New York (online) dostupno: www.ipu.org (21.08.2020.)

16 Equality in Tourism (2018), *Sun, Sand and Ceilings: Women in Tourism and Hospitality Board Rooms 2018*, Equality in Tourism, London (online) dostupno: www.equalityintourism.org (21.08.2020.)

17 UN Women (2019), *Women's leadership and political participation*, UN Women, New York (online) dostupno: www.unwomen.org (22.08.2020.)

Tablica 2. prikazuje žene na ministarskih pozicijama 2009. i 2019. godine. Vidljivo je da se prosjek pomaknuo za samo 3% u razdoblju od 10 godina što nikako nije dobar trend. Afrika je čak izgubila 20% ministrice turizma u razdoblju od 2009. i 2019. godine. Iako nema podataka za Europu za 2009. godinu, 29% žena na pozicijama ministrice turizma je mali postotak s obzirom na to da je 71% muškaraca na tim istim pozicijama. Što znači da i u politici koja je vezana za turizam dominiraju muškarci.

Prosječan udio žena na visokim pozicijama u državnoj službi među zemljama G20 samo je 26,4%, iako to bilježi spor, ali stalni porast njihovog broja. Razvijene zemlje polako se približavaju spolnoj jednakosti na rukovodećim pozicijama. Na primjer, među EU 40% vodećih državnih službenika čine žene. Podatci ILO-a govore da muškarci imaju gotovo tri puta veću vjerojatnost od žena u zauzimanju rukovodećih položaja kao zakonodavci, stariji dužnosnici i rukovoditelji.¹⁸

Turizam i dalje nije iznimka u globalnom trendu ograničenog sudjelovanja žena u odlučivanju. Istraživanje ženskog liderstva u turizmu otkriva brojne obrasce. Iako žene čine više od polovice globalne turističke radne snage, manje od jedne četvrtine žena je zapravo na rukovodećim pozicijama u turizmu. Podatke koje je skupila Women in Hospitality, Travel and Leisure inicijativa govori da žene čine 25,5% članova odbora, od kojih većina radi u ljudskim resursima, a ne na komercijalnim ili financijskim pozicijama.¹⁹

Ženska podzastupljenost je vezana za spolnu diskriminaciju, nedostatak vještina na menadžerskim razinama, odbori u kojima dominiraju muškarci, velika razlika u plaćama među spolovima. Žene su koncentrirane na nižim razinama s nižim vještinama i nižim plaćama.²⁰

18 International Labour Organization (2016), *Women At Work: Trends 2016*, ILO, Geneva (online) dostupno: www.ilo.org (22.08.2020)

19 Women in Hospitality, Travel and Leisure, PwC and MBS Group (2019), *Women in Hospitality, Travel, and Leisure 2020: WiH2020 Review*. WiH, Dorset (online), dostupno: www.pwc.co.uk (22.08.2020)

20 Ibid.

2.5. Podrška društva i zajednice

Iako turizam može povećati ekonomski doprinos žena, mnoge studije slučaja pokazuju kako žene nisu bile dovoljno osnažene usprkos postizanju poduzetničkog uspjeha. Umjesto toga, njihove su tradicionalne rodne uloge često bitnije naprema ulozi poslovne žene. Žene turizam gledaju kao dopunski ili dodatni oblik rada, s obzirom na njihovu trajnu odgovornost i brigu koju imaju u kući. Ovo naglašava važnost makroekonomske politike i socijalne skrbi kako bi i žene mogle iskusiti i sudjelovati u turističkom sektoru.²¹

Turizam utječe na život žena koje žive u turističkim destinacijama, bile one turistički radnici ili ne. U mnogim slučajevima turizam je imao radikalniji utjecaj na rodne odnose u destinaciji. Turistički rad može imati koristi za radnice, na primjer, kada se žene brinu same za sebe, kada zahtijevaju pravednije postupanje na radnom mjestu, u kući i širem društvu. Turistički rad može dovesti do većeg statusa u domaćinstvu i posljedično povećanje pregovaračke moći u kontekstu domaćinstva.²²

Jedno ključno pitanje (identificirano u Globalnom izvješću o ženama u Turizam 2010.), a to je da je velika količina neplaćenog posla koju žene obavljaju u turističkim poduzećima, kao i neplaćeni rad općenito. Istraživanje utjecaja turizma na društvo u Srednjoj Americi pokazuje kako je briga o djeci i roditeljstvo teško zbog velikih obaveza u turizmu, na taj način povećavajući ženski teret.²³

Podatci ILO-a otkrivaju da žene obavljaju 76,2% sati neplaćenog rada, tri puta više od muškaraca - posao koji je podcijenjen, neplaćen i velikim dijelom nevidljiv. U nekim regijama, poput Azije i Tihog oceana, porast je na 80%. ILO identificira neplaćeni rad kao "glavnu prepreku koja sprječava žene da uđu, ostanu i napreduju u svijetu kao radna snaga".²⁴

21 UNWTO, op.cit. str. 74

22 Sinclair, M. (1997), 'Gendered work in tourism: Comparative perspectives', in: Sinclair, M. (ed.), *Gender, Work and Tourism*, Routledge, New York, str. 220–234

23 Ferguson, L. (2010b), 'Tourism development and the restructuring of social reproduction in Central America', *Review of International Political Economy*, volume 17 (5), str. 860–888.

24 International Labour Organization (2018a), *Care work and care jobs for the future of decent work*, ILO, Geneva (online), dostupno na: www.ilo.org (22.08.2020.)

Potencijalni nedostaci turizma dobro su dokumentirani, međutim, postoje pitanja koja posebno pogađaju žene, jer su i dalje odgovorni za neplaćenu skrb i kućni rad. To uključuje:

- Sukobe zbog pristupa i upotrebe vode;
- Sanitet i upravljanje otpadom;
- Seksualno uznemiravanje i nasilje u zajednici;
- Povećane troškove života za osnovna dobra; i
- Povećane cijene najma i nekretnina.²⁵

U radu na održivom razvoju, pojedinačno i kao članice civilnog društva, žene igraju ključnu ulogu širom svijeta u pružanju podrške svojim zajednicama. Civilno društvo je od vitalnog značaja i dinamičan „izvor ideja i normativne perspektive“ o tome kako poboljšati dobrobit u cijeloj zajednici u kombinaciji sa savezima, istraživanjima, analizama, zagovaranjem i akcijama za zagovaranje spolne jednakosti na svim razinama.²⁶

25 UNWTO, op.cit. str. 77

26 UN Women Latin America and the Caribbean (2019), *Civil Society*, UN Women LAC, Panama (online), <http://lac.unwomen>. (22.08.2020.).

3. POLOŽAJ ZAPOSLENIH ŽENA U TURIZMU U EU

Ovo poglavlje daje fokus na spolnu ravnopravnost i turizam u Europskoj uniji. Turizam je jedan od najvažnijih europskih gospodarskih sektora. Za mnoge zemlje u regiji, turizam je bio važan pokretač gospodarskog napretka, osobito tijekom financijskih razdoblja 2008.-2009. godine. Što se tiče dolazaka, to je najposjećenija regija na svijetu. Neke zemlje razvijaju izvješća o usmjeravanju turizma u ciljeve održivog razvoja, međutim, do sada, turizam se samo opipljivo odnosi na zaštitu okoliša. Platforma Transforming Tourism koristi stručnu analizu kako bi uravnotežila ekonomski značaj turističkog sektora s njegovim održivim razvojem.²⁷

Valja napomenuti da Europska unija pruža najveći i najsnažniji skup podataka o turizmu u svim sekcijama svijeta. To omogućuje sadržajnu i detaljnu analizu zemalja članica EU28. To olakšava ciljanu i učinkovitu politiku i aktivnosti za rješavanje spolne neravnoteže u sektoru.

Rodna nejednakost je u Europi trajni izazov - glavno ograničenje ljudskih prava i održivi razvoj. Nejednakosti postoje i pored toga što 80% muškaraca izjavljuje da vjeruje da je rodna ravnopravnost za njih osobno važna, dok 91% Europljana smatra da je spolna jednakost važna za pošteno i demokratsko društvo.²⁸

Podjela rada na žene i muškarce ključno je pitanje u Europi. U 28 zemalja Europske unije žene troše najmanje 54% više vremena od muškaraca na kućanske poslove. U nekim je europskim zemljama ta brojka mnogo veća, poput 84% u Nizozemskoj, 86% u Španjolskoj i 86% u Grčkoj.

'Slobodno vrijeme' je ključna vrijednost za turizam u Europi i ima tendenciju podrazumijevati slobodno vrijeme za muškarce. Na primjer, više muškaraca nego žena bavi se sportom te kulturnim i zabavnim aktivnostima izvan svojih domova u svim državama članicama Europske unije, a izuzetak su Finska, Mađarska i Danska.

27 Eurostat (2018), *Sustainable development in the European Union: Monitoring report on progress towards the SDGs in an EU context*, European Union, Luxembourg (online), dostupno na: <https://ec.europa.eu> (22.08.2020.)

28 European Commission (n.d.), *What Europeans have to say about gender equality*, European Commission, Luxembourg (online), dostupno: <https://ec.europa.eu> (22.08.2020.).

Budući da je Europa posljednjih desetljeća zabilježila pad stope plodnosti, važno je usredotočiti se na starije žene. Prema Europskom institutu za ravnopravnost spolova (EIGE), starije žene doživljavaju visoki rizik od siromaštva i socijalne isključenosti. Većina ovih žena bori se sa svojim mirovinama, posebno one žene koje su provele svoj život brinući o svojim obiteljima. Te žene su također gotovo u potpunosti nevidljive u kreiranju politika.²⁹

3.1. Turizam u Europi

U 2017. godini više od 13 milijuna ljudi u Europskoj uniji bilo je zaposleno u gospodarskim aktivnostima vezanim za turizam. Gotovo osam milijuna tih ljudi radilo je u industriji hrane i pića, dok je dva milijuna bilo zaposleno u prometu. Turistička industrija je glavni poslodavac žena, najviše privlači mlade, nudi manje stabilna radna mjesta od ostatka gospodarstva i uglavnom niže plaće te ima najveći udio sezonske i privremene radne snage. Također, gotovo jedna od šest osoba zaposlenih u turizmu u Uniji strani su državljani, pokazuju podaci Eurostata. Turistička industrija čini 21% zaposlenih u sektoru usluga, a turističke industrije čine devet posto ukupno zaposlenih.

Najviši udio pritom ima Grčka (23,9% ili gotovo jedan od četiri zaposlena), a slijede ga Cipar i Malta s jednim od pet i od gotovo šest zaposlenih koji rade u sektoru turizma. U apsolutnim brojkama, Njemačka je imala najviše zaposlenika u turističkim djelatnostima (2,5 milijuna ljudi), slijede Velika Britanija (2,3 milijuna), Italija (1,5 milijuna), Španjolska (1,4 milijuna) i Francuska (1,1 milijun).

U usporedbi s ukupnim nefinancijskim sektorom, gdje su 36 posto zaposlenih žene, radna snaga turističke industrije uključuje više radnica (59%) nego muškaraca. Najviše ih je u segmentu smještaja (61%) te u putničkim agencijama i turoperatorima (64%). Iako gotovo svaka treća žena koja radi u turističkim djelatnostima ima skraćeno radno vrijeme (u usporedbi s jednim od sedam muškaraca), žene koje rade puno radno vrijeme još uvijek predstavljaju najveći udio u zaposlenosti (41%). Zaposlenost žena čini manje od 50 posto

²⁹ UNWTO, op.cit. str. 103-104

zaposlenja u turističkoj industriji samo u Luksemburgu i Malti, a za sektor smještaja to je slučaj samo na Malti.

U Sloveniji, Estoniji, Austriji, Poljskoj i Litvi više od dvije osobe od tri zaposlene u turizmu su žene. U Sloveniji je udio zaposlenosti žena u turističkim djelatnostima gotovo dvostruko veći nego u gospodarstvu u cjelini (70% u odnosu na 37%). Strani državljani u prosjeku čine 16 posto radne snage u turizmu (od čega je 9% iz drugih država članica EU, a 7% iz trećih zemalja). Strani radnici čine 8 posto radne snage u zračnom prometu, 10 posto u putničkim agencijama ili turoperatorima te čak 18 posto radne snage u smještaju.³⁰

3.2. Ravnopravnost spolova i zapošljavanje u turizmu

U Europi je 53% žena zaposleno u turizmu. Iako su dobro zastupljene kao radnice u turizmu, nemaju najbolje poslove, prihode, ali ni položaje. Žene u Europi su najvećim dijelom zastupljene na slabo plaćenim poslovima sa slabim vještinama. U Španjolskoj, na primjer, zaposlenost u turizmu na izvršnoj i upravljačkoj razini uglavnom zauzimaju muškarci, koji imaju više srednje obrazovanje i iskustvo između 10 i 20 godina. Suprotno tome, žene u Španjolskoj imaju tendenciju da im radna mjesta održavaju društvene stereotipe - na primjer, korisničke usluge, čišćenje, recepcija, administrativni poslovi, itd.

U Ujedinjenom Kraljevstvu žene su predstavljale samo 23,6% upravnih odbora i 25,4% u „ugostiteljstvu, putovanjima i razonodi“ u 2018. godini.³¹ Razlika u plaćama u spolu u ugostiteljstvu iznosi 7% i 10% u sektoru zabave. U Portugalu, iako žene rade više sati mjesečno i bolje su obučene, zarađuju manje od muškaraca u sektoru smještaja, putničkim agencijama i turoperatorima.³²

30 Crnjak, M. (2019), *Turizam u Europskoj uniji osigurava posao za više od 13 milijuna ljudi*, Poslovni.hr, Zagreb, dostupno: <https://www.poslovni.hr> (23.08.2020.)

31 PricewaterhouseCoopers (2019), *Women in Hospitality, Travel and Leisure 2020 Review*, PwC United Kingdom, London (online), dostupno: www.pwc.co.uk (23.08.2020.)

32 Carvalho, I.; Costa, C.; Lykke, N. and Torres, A. (2014), 'An Analysis of Gendered Employment in the Portuguese Tourism Sector', *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, volume 13 (4), str. 405–429.

Prema Europskom institutu za ravnopravnost spolova, najvažnija pitanja za spolnu jednakost i turizam u Europi su:

- Rodna segregacija na tržištu rada;
- Niska zastupljenost žena u donošenju odluka;
- Stereotipi i njihov odnos s putovanjima i turizmom; i
- Rizici spolno uvjetovanog nasilja u turizmu.³³



Graf V. Postotak žena zaposlenih u turizmu - Europa, 2018.

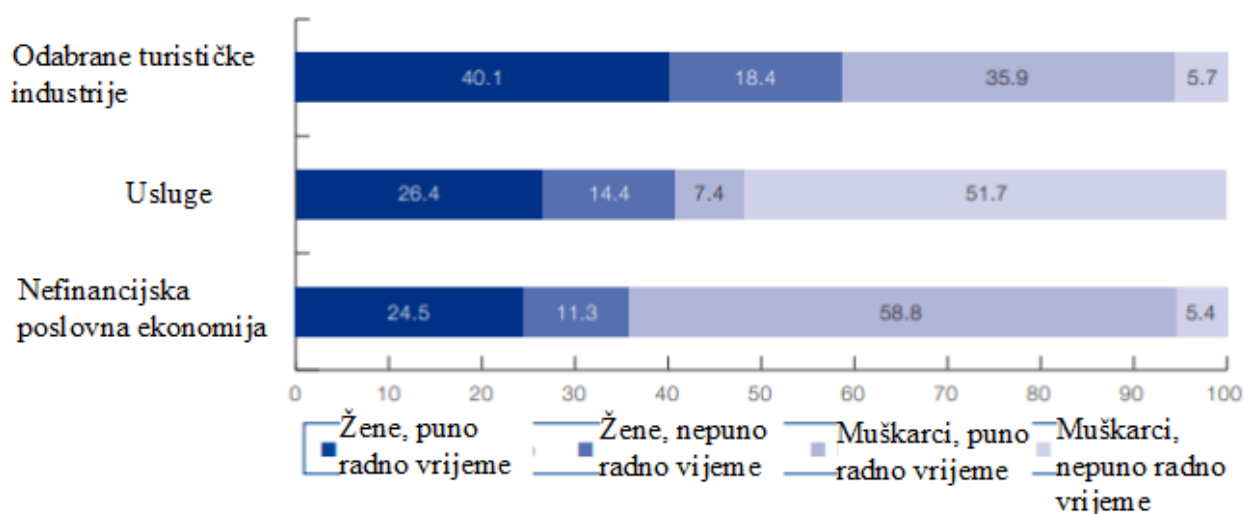
Izvor: International Labour Organization ILOSTAT (2018b).

Graf V. prikazuje postotak žena zaposlenih u turizmu u Europi 2018. godine. Može se vidjeti da u Rusiji, Finskoj, Litvi, Bjelorusiji te donekle u Poljskoj dominiraju žene u turizmu. Ostale europske zemlje su na 50% ili manje.

³³ European Institute for Gender Equality (n.d.), *Tourism: Relevance of gender in the policy area*, EIGE, Vilnius (online), available at: <https://eige.europa.eu> (23.08.2020.)

Rodni su stereotipi srž turističkog zapošljavanja u Europi. Podjela rada između žena i muškaraca negativno utječe na način na koji se žene percipiraju na tržištu rada. To je velikim dijelom razlog zašto su mnoge žene u Europi uključene u nesigurna zapošljavanja. Ova situacija pojačava razlike u plaćama, razlike u karijeri i razlike u socijalnoj zaštiti. U Europi se i dalje neki poslovi gledaju kao ženski poslovi, na primjer, radnica u trgovini, spremačica, djelatnica za osobnu njegu, učiteljica predškolskog i osnovnog obrazovanja, medicinska sestra, primalja ili tajnica.³⁴

Podatci Državnog zavoda za statistiku pokazuju da žene na Malti čine 42,7% ugostiteljstva, od kojih je 60,3% stalno zaposleno u turizmu. Žene su okosnica mnogih organizacija civilnog društva i zajednica, koje pružaju potporu turističkom sektoru. U turističkom vodstvu i odlučivanju malteške žene su aktivne, ali nedovoljno zastupljene. Dok nekoliko institucija pruža turističko obrazovanje i osposobljavanje, žene na Malti nadmašuju muškarce među niskim, srednjim i visokim razinama obrazovanja u ugostiteljstvu i turizmu.³⁵



Graf VI. Udio zaposlenih prema ekonomskoj djelatnosti, spolu i zaposlenju s punim ili nepunim radnim vremenom, EU28, 2014 (%)

Izvor: Eurostat (2014), Data on Tourism Industries, European Union, Luxembourg (online), dostupno: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database> (23.08.2020.)

34 European Institute for Gender Equality (2017), *Gender Equality Index 2017: Measuring gender equality in the European Union 2005-2015 – Report*, EIGE, Vilnius (online), available at: <https://eige.europa.eu> (23.08.2020.)

35 UNWTO, op.cit. str. 109

Graf VI. prikazuje udio zaposlenih prema ekonomskoj djelatnosti, spolu i zaposlenju s punim ili nepunim radnim vremenom u EU28 za 2014. godinu. Može se iščitati da u odabranim turističkim industrijama 40% žena radi puno radno vrijeme, 18% žena radi nepuno radno vrijeme, 36% muškaraca radi puno radno vrijeme, a tek 5% muškaraca radi nepuno radno vrijeme. Što se tiče usluga čak 51% muškaraca radi puno radno vrijeme, dok samo 26% žena radi puno radno vrijeme.

Razlika u plaćama među spolovima, turoperatora i turističkih agencija odražava prevladavajuće trendove u svim zemljama turističke industrije. Intrepid Group želi imati u svom odboru 40% žena direktorica i 50/50 muškaraca i žene u njezinim globalnim voditeljskim timovima do prosinca 2020. Slično tome, turoperatora poput TUI-a izrazili su svoju predanost smanjenju rodni nejednakosti.

U 2019. zaposlenice trgovine u TUI-u zaradile su 3,8% manje od muškaraca, iako čine 94% svih zaposlenika u trgovini. Ipak, ovo je bolje od 10% u 2018. godini. Čak i 2019. godine žene u zrakoplovnom poslovanju zarađuju u prosjeku 60% manje po satu od muškaraca. Jaz u plaćama među spolovima kod menadžera iznosi 32%, unatoč značajnoj zastupljenosti žena - 61% menadžera TUI-a su žene.³⁶

Španjolski turoperator Focus on Women stvoren je 2009. godine kako bi osnažio i povećao vidljivost žena širom svijeta putem putovanja. Organizacija se fokusira na putovanja koja ženama putnicima omogućuju upoznavanje drugih žena i učenje o istaknutim osobama širom svijeta, nudeći svojim klijentima turneje po Africi i Americi. Organizacija je stvorena kao odgovor na činjenicu da ture često organiziraju isključivo muškarci, a turoperatora rijetko uzimaju u obzir 'žensku perspektivu' u svoja poduzeća. Fokus na ženama promiče aktivnosti koje izazivaju muški pogled u turizmu.

36 UNWTO, op.cit. str. 138

3.3. Europske inicijative ravnopravnosti spolova

Što se tiče kreiranja politike, akcije Europske komisije povezane s turizmom ne bave se izravno turizmom iz rodne perspektive. Većina akcija za ravnopravnost spolova i turizam usredotočena je više na zemlje u razvoju putem međunarodne suradnje, nego na Europu u cijelosti. Nedostatak turističkih strategija koje uključuju spolnu ravnopravnost u Europi, zajedno s nedostatkom akcijskih planova za praćenje pitanja o ravnopravnosti, iznenađuje s obzirom na važnost spolne ravnopravnosti u EU politici i značaj turizma za gospodarstvo EU.³⁷

Javni i privatni turistički dionici u Europi razumiju važnost integracije ravnopravnosti spolova u turistički sektor. Ipak - kao u Latinskoj Americi i Karibima - postoji tendencija usmjeravanja isključivo na hotele i smještaje, jer se smatra da turistička industrija vjerojatno zapošljava žene baš u tom sektoru. Iako se Europa smatra prijelomnom u pogledu spolne ravnopravnosti, potrebno je puno više raditi na spolnoj ravnopravnosti i turizmu.

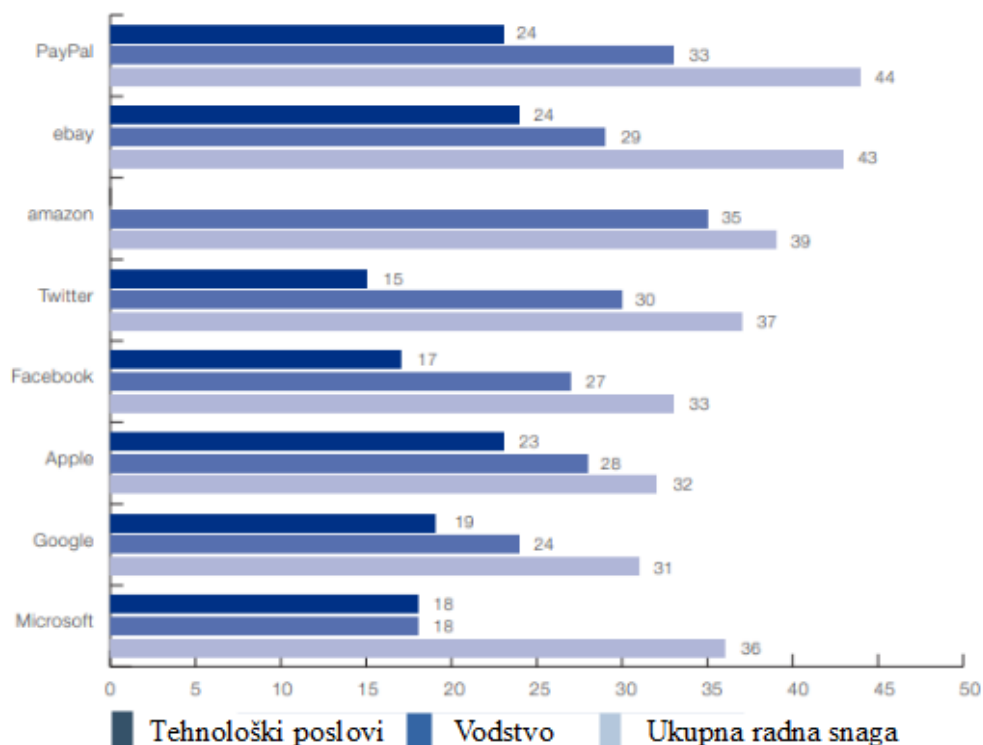
Pozitivan razvoj uključuje širok spektar istraživanja o spolnoj ravnopravnosti i turizmu u regiji, istraživanje tema poput:

- smanjenja spolnih nejednakosti;
- razrada novih alata za poboljšanje rodno osjetljivog planiranja i upravljanja turizmom;
- rodno turističkog ponašanja; i
- obrazovanja, istraživanja i osposobljavanja.³⁸

37 UNWTO, op.cit. str. 110

38 Ibid.

3.4. Žene i informacijska tehnologija u turističkoj industriji



Graf VII. Zaposlenice u velikim tehnološkim tvrtkama (%)

Izvor: World Economic Forum (2017)

Fokusirajući se samo na tehnološke poslove u tvrtkama prikazanim na grafu 5., udio žena je nizak. Na Twitteru na primjer, samo 15% tehnoloških uloga zauzimaju žene. Na Amazonu nema niti jedne ženske osobe u tehnološkim poslovima. Apple ima 72% žena u tehnološkim poslovima što ih čini vodećima po tom pitanju.

Pristup i uporaba digitalnih tehnologija za žene i dalje zaostaje. Globalni sustav za mobilne komunikacije i Program udruženih žena (GSMA) složio se da se mobilna povezanost širi brzo, ali se ne širi jednako. 2018. godine utvrdili su da žene s niskim i srednjim prihodima u zemljama u razvoju imaju u prosjeku 10% manju vjerojatnost da posjeduju mobilni telefon nego muškarci i 26% rjeđe koriste mobilni internet. Nedavno izvješće Europske komisije o ženama aktivnim u sektoru informacijske i komunikacijske tehnologije identificira brojne ključne teme za istraživanje o spolnoj nejednakosti:

- praznine i razlike u pristupu i korištenju digitalnih tehnologija;
- praznine i razlike u obrazovanju vezanom uz digitalno obrazovanje;

- nisko sudjelovanje žena na digitalnom tržištu rada, posebno u visokokvalitetnom zapošljavanju i najvišim rukovodećim pozicijama; i
- ICT, cyber kriminal.³⁹

Kad se u Barceloni održalo izdanje Svjetskog mobilnog kongresa 2019., samo 11 od 28 govornika bile su žene. Profili korisnika i sudionika kongresa pretežno su jednoliki - velika većina su muškarci, u dobi između 30 i 35 godina, obično rukovoditelji. Europska komisija izvještava da žene predstavljaju samo 30% od približno 7 milijuna ljudi koji rade u ICT sektoru. Štoviše, vrlo malo ih ikad dosegne položaje na visokoj razini.

Sve je manje žena na kongresu što je vjerojatno povezano s time s čime se žene u tehnologiji suočavaju: od razlike u plaćama do postizanja pozicije na visokoj razini unutar tvrtki. Iako su žene jedva vidljive na konferencijama, okruglim stolovima ili prezentacijama tehnoloških divova, gotovo su ispred svih štandova tvrtki mlade žene koje rade kao hostese. Španjolski sindikat takve poslove označuje kao "nesigurne i seksističke". Teško ih je razmatrati u bilo kojem drugom svjetlu kad se pokazalo da hostese više od 1,75 cm zarađuju 7,2 eura po satu, dok one koje su niže zarađuju 1 euro manje.

Globalni sustav za mobilne komunikacije (GSMA), organizator Svjetskog mobilnog kongresa, pokrenuo je Women4Tech program u 2017. godini za borbu protiv spolne razlike u tehnologiji. Na Kongresu je nekoliko organizacija, uključujući AllWomen.tech grupa, organizirati inicijative za promicanje ulaska žena na teren. U Španjolskoj, prema vladinim statistikama, ima samo 14,7% studenatica računalnog inženjerstva.⁴⁰

39 European Commission (2013), Women active in the ICT sector, European Commission, Brussels (online), available at: <https://ec.europa.eu> (24.08.2020)

40 UNWTO, op.cit. str. 125

3.4.1. Inicijative koje promiču ravnopravnost spolova u tehnološkom sektoru

Unatoč snažnoj rodnoj neravnoteži u sektoru, mogu se identificirati brojne inicijative kojima je cilj promovirati rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena u tehnologiji:

Globalno partnerstvo za ravnopravnost spolova u digitalno doba je inicijativa koju provodi Međunarodna unija za telekomunikacije (ITU) i UN Women kako bi postigli digitalnu ravnopravnost spolova i na globalnoj i na nacionalnoj razini.

Partnerstvo se fokusira na rješavanju SDG 5b (poboljšati upotrebu tehnologije, posebno informacija i komunikacijske tehnologije za promicanje osnaživanja žena) kroz tri područja djelovanja:

- Ostvarivanje jednakog pristupa digitalnim tehnologijama;
- Osnaživanje žena i djevojaka s vještinama da postanu tvorci ICT-a; i
- Promoviranje žena kao vođe ICT-a i poduzetnica.

Projekt digitalne pravde zajednička je inicijativa za istraživanje i zagovaranje tvrtke IT for Change sa sjedištem u Bangaloreu u Indiji i Razvojne alternative sa ženama za novo doba (DAWN) sa svojim sjedište u Suvi na Fidžiju. Cilj projekta je preispitati novonastalu tehno-socijalnu paradigmu s južnjačkog feminističkog stajališta. Povezuje rasprave o rodnoj pravdi i ženskim pravima s jedne strane i nova pitanja na digitalnoj granici s druge strane. Razviti, podržati i ojačati feminističku analizu i djelovanje oko tehnologije na globalnom jugu.

Digital2Equal inicijativa je koju predvodi Međunarodna financijska korporacija (IFC) zajedno sa 17 vodećih tehnoloških tvrtki, kako bi povećale mogućnosti za žene na tržištima u razvoju. Tvrtke koje su sudjelovale dogovorile su se da će tijekom 18-mjesečne inicijative poduzeti korake za zapošljavanje žena, imovinu i poslovne prilike putem njihovih internetskih platformi.

Male Champions of Change je projekt osnovan u Ujedinjenom Kraljevstvu, a podržalo ga je 15 globalnih tehnoloških tvrtki koje angažiraju muškarci koji imaju moć da rade zajedno sa ženama kako bi se postigla ravnopravnost na radnom mjestu, radeći ruku pod ruku s kampanjom UN Women HeforShe.

Women in Technology International globalna je mreža s više od dva milijuna tehnološki pametnih žene s ciljem „nadahnuća, povezivanja i zalaganja za žene u računalnoj i tehnološkoj karijeri“.

Ignite je inicijativa koju podržava Globalni fond za žene, stvoren za borbu protiv spolnih razlika u digitalnoj tehnologiji. Ističe priče o ženama i djevojkama u tehnologiji, pokazuje utjecaj na jednak pristup tehnologiji za žene i djevojke, te daje argumente za upotrebu tehnologije kao alata za izgradnju ravnopravnijeg svijeta. Ova inicijativa bori se protiv spolne razlike u digitalnoj tehnologiji kroz različite pristupe - poput uključivanja žena u globalnu tehnološku revoluciju; ističući žensko vodstvo u tehnološkom napretku i uključivanje svih u uklanjanje rodne tehnološke razlike.⁴¹

3.4.2. Spol, turizam i digitalna transformacija

Digitalna tehnologija transformira turistički sektor širom svijeta. Kao što tvrdi Svjetska banka, digitalne platforme „imaju potencijal pružiti malim turističkim poduzećima na odredištima u nastajanju prvi put izravni pristup globalnom tržištu potrošača“. Digitalne platforme također otvaraju nove putove za takozvanu „ekonomiju dijeljenja“. Prema *Tourism and the Sharing Economy*, godišnja stopa rasta globalnog peer-to-peer smještaja procjenjuje se na 31% (2013–2025), šest puta veći od rasta tradicionalnog turističkog smještaja.⁴² Ovi trendovi nude ogromne mogućnosti za žene u turizmu, s tehnologijom koja proširuje njihove izgleda za pristup tržištima i poticanje ženskog poduzetništva.

Osnaživanje žena također se promiče kroz programe mentorstva, resursne skupine koje vode zaposlenici u mnogim uredima i rad Amadeus Women's Network. Postoji deset aktivnih ženskih mreža širom Amadeusa - u Madridu, Nici, Erdingu i Bad Homburgu, Antwerpenu, Bangkoku, Dubaiju, Londonu, i u Navitaireu. Amadeus nudi razne fleksibilne radne aranžmane, poput skraćenog radnog vremena, rada na daljinu, istodobno potičući i žene i muškarce. Promiče buduću rodnu ravnopravnost potičući djevojke i mlade žene da se bave znanstvenom karijerom, u polju tehnologije, inženjerstva i matematike (STEM)

41 UNWTO, op.cit. str. 125-126

42 Bakker, M. H. E. and Twining-Ward, L. (2018), *Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable Peer-toPeer Accommodation*, World Bank, Washington, D.C. (online), dostupno: www.worldbank.org (25.08.2020.)

podržavajući Inspiring Girls u Španjolskoj i sponzorirajući Code First: Girls konferenciju u Londonu.

Iako postoji puno istraživanja i djelovanja o ravnopravnosti spolova u tehnologiji u cijelom sektoru, na razini turizma malo je učinjeno. 2018. godine na Svjetski dan turizma UNWTO-a, 20 polufinalista sudjelovalo je na prvom UNWTO-ovom Turističkom start-up natjecanju, održanom u partnerstvu s Globalia. Natjecanjem se nastojalo identificirati inovativna novoosnovana poduzeća koja mogu transformirati put ljudi koji putuju i doživljavaju turizam, istodobno se pridržavajući načela održivosti u svim njezinim oblicima: ekonomski, socijalni i okolišni. Tijekom natjecanja, sve osim jednog polufinalista predstavljali su muškarci, izvršni direktori i suosnivači. To odražava prirodu muškarca koji dominiraju tehnološkim sektorom, ali nije u skladu s prevladavanjem žena u turističkom sektoru. Velika je mogućnost da je to tako zbog toga što se pitanje tehnologije i roda tretira zasebno, umjesto da se uvede pitanje roda u tehnološki sektor.⁴³

Booking.com akcelerski program Booking Booster daje podršku za sljedeću fazu start-upova kroz trodnevni program koji uključuje niz predavanja, praktičnih radionica i treniranje, što je kulminiralo konačnim rezultatom da bi se dobila potpora za skaliranje do 500 000 EUR. Program je podržao brojne ženske inicijative. Tvrtka je također pokrenula nagradu Technology Playmakers Awards, slaveći i prepoznavanje žena koje su transformirale tvrtke, industrije i zajednice korištenjem tehnologije.⁴⁴

Tehnologija je ključni problem spolne ravnopravnosti u svim sektorima, uključujući i turizam. Sustainable Development Goal 5b obvezuje države da „pojačaju korištenje tehnologije, posebno informacijske i komunikacijske tehnologije, za promicanje osnaživanje žena “. Tehnologija i digitalne platforme brzo postaju važni dijelovi turističkog sektora - s utjecajem koji se širi na svjetske regije i turizam, od smještaja do turoperatora i prijevoza. Integriranje rodne perspektive u tehnologiji je posebno važno zbog silne dominacije muškaraca unutar sfere informacijske tehnologije (IT).⁴⁵

43 World Tourism Organization (2018), *World Tourism Day 2018 Official Celebration: "Tourism and the Digital Transformation"*, List of Semifinalists, UNWTO, Madrid (online), dostupno: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/startups_-_list_of_semifinalists.pdf (26.08.2020.)

44 UNWTO, op.cit. str. 130

45 Ibid.

3.5. Spolne razlike na menadžerskim pozicijama

Bijela knjiga Koalicije za ugostiteljsku industriju (HIP) 2015. godine istražila je, da iako žene čine 70% radne snage u ugostiteljstvu na globalnom nivou, one drže manje od 40% rukovodećih pozicija, manje od 20% općih upravljačkih uloga i manje od 8% na pozicijama odbora.⁴⁶ To odražava sveukupne trendove u turističkom sektoru gdje su žene daleko većina radnika, a ipak su nedovoljno zastupljene na rukovodećim pozicijama i mjestima donošenja odluka.

Segregacija žena na tržištu rada negativno utječe na njihovo sudjelovanje u procesu donošenja odluka: žene čine samo 21% članova odbora poduzeća u EU. Ovaj je jaz još širi u turističkom sektoru. Na primjer, istraživanje koje je obuhvaćalo 78 turističkih tvrtki s javno dostupnim informacijama (uključujući međunarodne turooperatore, zrakoplovne tvrtke i brodove za krstarenje, hotelske grupe te međunarodna profesionalna udruženja) pokazuje da žene čine 18,5% svih članova odbora, tj. 99 žena od ukupno 526 pozicija. Nadalje, u ugostiteljstvu žene zauzimaju manje od 40% svih rukovodećih položaja.⁴⁷

Neuspjeh iskorištavanja ženskog talenta na najbolji način u ugostiteljstvu smatra se jednim od glavnih izazova na ovom polju. Međutim, ista se primjedba može proširiti i na čitav turistički sektor.

Kombinacija čimbenika sprječava žene u napredovanju na izvršne položaje u turizmu:

- kulturne tradicije koje propisuju tradicionalne rodne uloge i odgovornosti kod kuće i na radnom mjestu
- kultura na radnom mjestu koja jača ove stereotipe
- diskriminacija žena u svim fazama procesa zapošljavanja, unatoč postojanju zakona o jednakim mogućnostima.⁴⁸

46 Baum, T. and Cheung, C. (2015), *Women in Tourism & Hospitality: Unlocking the Potential in the Talent Pool, Hospitality Industry Pipeline Coalition Coalition/Diageo*, London (online), dostupno: www.diageo.com (26.08.2020.)

47 European Institute for Gender Equality (2020), *Relevance of gender in the policy area*, Vilnisu (online), dostupno: <https://eige.europa.eu> (26.08.2020.)

48 Ibid.

4. ZAPOSLENOST ŽENA U HRVATSKOJ U TURIZMU VS. U EU

Kako bi se moglo odrediti u kakvom je Hrvatska položaju naprema EU što se tiče zaposlenosti žena u turizmu, usporedit će se podatci zaposlenosti u djelatnostima smještaja i prehrane. Za Hrvatsku će se uspoređivati podatci zaposlenosti žena iz Državnog zavoda za statistiku (DZS) za 2018. i 2019. godinu, a za EU su uzeti podaci sa ILOSTAT-a. Pomoću tih tablica i podataka usporedit će se postotci zaposlenosti žena u Hrvatskoj i EU te će se moći zaključiti jesu li žene u Hrvatskoj, u odnosu na muškarce, više zaposlene u turizmu.

4.1. Zaposlenost žena u djelatnostima smještaja i prehrane u Hrvatskoj

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU REPUBLIKE HRVATSKE CROATIAN BUREAU OF STATISTICS				Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU REPUBLIKE HRVATSKE CROATIAN BUREAU OF STATISTICS				Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane
2018. I.	ukupno	Total	24.153	2019. I.	ukupno	Total	23.409		
	žene	Women	13.034		žene	Women	12.584		
II.	ukupno	Total	24.158	II.	ukupno	Total	23.581		
	žene	Women	12.986		žene	Women	12.664		
III.	ukupno	Total	25.072	III.	ukupno	Total	24.382		
	žene	Women	13.449		žene	Women	13.078		
IV.	ukupno	Total	28.470	IV.	ukupno	Total	28.210		
	žene	Women	15.041		žene	Women	14.823		
V.	ukupno	Total	33.594	V.	ukupno	Total	32.812		
	žene	Women	17.486		žene	Women	16.970		
VI.	ukupno	Total	38.119	VI.	ukupno	Total	37.572		
	žene	Women	19.684		žene	Women	19.282		
VI▶	ukupno	Total	40.507	VI▶	ukupno	Total	39.560		
	žene	Women	20.988		žene	Women	20.298		
VII▶	ukupno	Total	39.692	VII▶	ukupno	Total	38.840		
	žene	Women	20.523		žene	Women	19.944		
IX.	ukupno	Total	33.422	IX.	ukupno	Total	32.831		
	žene	Women	17.436		žene	Women	16.948		
X.	ukupno	Total	26.686	X.	ukupno	Total	26.279		
	žene	Women	14.303		žene	Women	14.013		
XI.	ukupno	Total	24.869	XI.	ukupno	Total	24.563		
	žene	Women	13.385		žene	Women	13.171		
XI▶	ukupno	Total	24.256	XI▶	ukupno	Total	24.127		
	žene	Women	13.021		žene	Women	12.956		

Tablica 3 Zaposlenost žena u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, 2018/2019.

Izvor: <https://www.dzs.hr/> (28.08.2020.)

Tablica 3 prikazuje zaposlenost žena i ukupnu zaposlenost muškaraca i žena u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Hrvatskoj za 2018. i 2019. godinu. Teško je odrediti točan broj radnika zaposlenih u turizmu, zato se sektor smještaja i hrane smatra kao najvjerodostojniji podatak o zaposlenosti u turizmu. Prema podacima DZS-a može se vidjeti i izračunati da je 2018. godine u djelatnostima smještaja i hrane zaposleno 191.336 žena i 170.561 muškarac. 53% zaposlenih u ovoj djelatnosti su žene, a 43% muškarci. 2019. godine podatak se nije puno promijenio, 52% zaposlenih su žene, a 48% muškarci.

Upravo iz ovih podataka može se vidjeti kako u turizmu u Hrvatskoj prevladavaju najviše žene.

Najzastupljeniji radnici u turizmu u Hrvatskoj možda jesu žene, međutim, žene se u pravilu zapošljavaju na slabije plaćenim radnim mjestima (spremačice, sobarice, pralje, pomoćna radna snaga u kuhinji, hortikultura), a poseban problem je što je većina tih radnih mjesta u velikom postotku sezonskog karaktera. Znatno manji postotak je na radnim mjestima recepcionarke, kuharice ili konobarice. Žene u Hrvatskoj najčešće rade u smjenskom radu, a u nedostatku standarda rada nameće im se prevelik opseg radnih zaduženja koje zbog straha od otkaza ugovora o radu prihvaćaju radeći bez slobodnih dana. Iz istog razloga izbjegavaju bolovanje i u situacijama kada su ozbiljno bolesne. Dugogodišnja praksa poslodavaca, koja se sada nasreću mijenja, je da su ugovore o radu vrlo često potpisivale svakog mjeseca.⁴⁹

Problem prilikom zapošljavanja imaju osobito žene starije od 50 godina koje nakon gubitka posla teško pronalaze novi, jer bez obzira na godine radnog staža, stručnost i sposobnosti, poslodavcu nisu pogodne zbog godina starosti. I žene mlađe životne dobi imaju sličan problem jer poslodavcima nisu privlačna radna snaga zbog očekivanja da će duže vrijeme izbivati s posla zbog moguće trudnoće i porodiljskog dopusta. Bez obzira na sve prepreke žene su se uspjele izboriti za rad u netipičnim ženskim zanimanjima te napredovati na neka od vodećih mjesta u menadžmentu. To je manji broj u odnosu na muškarce, ali pomak je ipak vidljiv.⁵⁰

49 Ibrahim, E. (2018), *Položaj žena u djelatnosti ugostiteljstva i turizma*, Zagreb, dostupno: <http://www.stuh.hr> (27.08.2020)

50 Ibid.

4.2. Zaposlenost žena u djelatnostima smještaja i prehrane u EU

EU-28	Spol	Djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanje hrane	Godina	Broj zaposlenih (*1000)
	Muško		2018	5299,8
	Žensko		2018	6112,1
	Ukupno		2018	11 411,9
	Muško		2019	5421,7
	Žensko		2019	6188,9
	Ukupno		2019	11 610,6

Tablica 4. Zaposlenost po spolu u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, 2018/2019.

Izvor: ILOSTAT: <https://www.ilo.org> (29.08.2020.)

Tablica 4 pokazuje zaposlenost po spolu u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 2018. i 2019. godine u EU. Iz tablice moguće je izračunati da je 2018. godine u djelatnostima smještaja i prehrane bilo 54% žena i 46% muškaraca, a 2019. godine 53% žena i 47% muškaraca što je skoro pa isti postotak.

Ono što zaključuje iz Tablice 4. i prethodne tablice je to da je trend u Hrvatskoj u kojoj prevladavaju žene u turizmu isti i u Europi, tj. žene prevladavaju turizmom.

Turizam je treći najveći socijalno-ekonomski sektor u EU. Istraživanja pokazuju da je turizam postao jedan od glavnih generatora dohotka u razvijenim zemljama i zemljama u razvoju, s obujmom poslovanja koji je jednak ili veći od izvoza nafte, prehrambenih proizvoda ili automobilske industrije. Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda (UNWTO) procjenjuje utjecaj turizma na svjetsku ekonomiju kao 9% svjetskog bruto domaćeg proizvoda (BDP).

Iako je njegov doprinos ekonomskom i društvenom razvoju široko priznat u literaturi, tijekom godina malo se pozornosti posvećivalo tome kako turistička industrija koristi ženama i muškarcima, kao i odnosu između turizma i ravnopravnosti spolova. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO), turizam predstavlja i mogućnosti i izazove za žene, što perspektivu rodne ravnopravnosti čini vrlo relevantnom.

Sektor turizma u EU suočava se s nekoliko izazova koji mogu negativno utjecati na prisutnost žena u ovom sektoru. Konkretno, kao i u mnogim sektorima, segregacija tržišta rada u turističkoj industriji predstavlja izazov: žene su koncentrirane na slabo plaćenim poslovima. Uz to, prisutnost žena na mjestima odlučivanja nije osobito velika. Kao korisnice turističke industrije, žene češće od muškaraca izjavljuju da ne planiraju ići na godišnji odmor iz osobnih ili financijskih razloga ili da, kad idu na odmor, posjećuju prijatelje i rodbinu. Nadalje, nekoliko studija otkriva veze između turizma i seksualne industrije, što bi žene moglo učiniti ranjivijima na seksualno iskorištavanje.⁵¹

51 European Institute for Gender Equality (2020), *Relevance of gender in the policy area*, Vilnisu (online), dostupno: <https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/policy-areas/tourism> (28.08.2020.)

5. ZAKLJUČAK

Ovim diplomskim radom mogu zaključiti da je udio žena u turizmu u EU, ali i u svijetu velik, međutim, samo na nižim pozicijama. Iako žene čine više od polovice globalne turističke radne snage, manje od jedne četvrtine žena je zapravo na rukovodećim pozicijama u turizmu. To znači da je, iako je sudjelovanje žena u turizmu značajno, ukupna kvaliteta njihovog sudjelovanja i dalje loša. Turizam pruža bolje uvjete za rad ženama od nekog drugog sektora. Žene u turizmu imaju više šanse za samozapošljavanje, iako još uvijek viši postotak imaju muškarci upravo zbog toga što žene imaju limitiran ulazak na tržište financija, tehnologije i informacija.

Većina žena koja radi u turizmu mlađe su dobi (oko 35 godina), ili su migranti i to uglavnom na sezonskim poslovima s niskom plaćom i puno radnih sati, poput maloprodaje, ugostiteljstva i čišćenja kako u velikim hotelskim lancima tako i u manjim hotelima i obiteljskim poduzećima.

Iako sektor privlači velik broj žena koje diplomiraju, ne čini se dovoljno da ih se zadrži ili osigura njihov napredak u karijeri. Spolna diskriminacija umanjuje izgleda žena za obrazovanje i trening. Zbog ranog braka i kućnog rada, milijuni djevojaka i mladih žena ne završavaju svoje školsko obrazovanje.

Podjela rada između žena i muškaraca negativno utječu na način na koji se žene percipiraju na tržištu rada. Ova situacija pojačava razlike u plaćama, razlike u karijeri i razlike u socijalnoj zaštiti. U Europi se i dalje neki poslovi gledaju kao ženski poslovi. Na primjer, radnica u trgovini, spremačice, djelatnica za osobnu njegu, tajnica.

Što se tiče tehnologije, može se zaključiti da iako je 21. stoljeće, žene su i dalje jako slabo zastupljene. Iako postoji puno istraživanja i djelovanja o ravnopravnosti spolova u tehnologiji u cijelom sektoru, na razini turizma malo je učinjeno. Na većini tehnoloških poslova prevladava muška radna snaga. Većinu konferencija i prezentacija vode muškarci, dok su žene na takvim događajima zaposlene kao hostese. Mogu se identificirati brojne inicijative kojima je cilj promovirati rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena u tehnologiji, međutim još uvijek su te inicijative nedovoljne za osvješćivanje ljudi.

Istraživanjem u 4. poglavlju mogu zaključiti da je Hrvatska u trendu s Europom. Istraživala sam postotke zaposlenih žena u djelatnostima smještaja i prehrane u Hrvatskoj i EU i došla do rezultata da je u Hrvatskoj 2019. godine bilo zaposleno 52% žena i 48% muškaraca. Za istu godinu istraživala sam i brojke EU-a te dobila da je 53% žena i 47% muškaraca zaposleno u djelatnostima smještaja i prehrane u EU. Žene u Hrvatskoj najčešće rade u smjenskom radu, s puno radnih sati. Izbjegavaju bolovanje i u situacijama kada su ozbiljno bolesne zbog straha od otkaza ugovora o radu. Bez obzira na sve žene su se uspjele izboriti za rad u netipičnim ženskim zanimanjima te napredovati na neka od vodećih mjesta u menadžmentu.

Europa, turizam i žene napreduju iz godine u godinu. Sve je više ljudi, inicijativa i borbe za ravnopravnost spolova. Osvijestiti ljude da žene više nisu „slabiji” spol, da ženi nije mjesto u kuhinji i da žena nije samo za kućanske poslove, poprilično je težak posao s obzirom da se još od davnih vremena muškarac smatra jačim, pametnijim i uspješnijim. Borba za ravnopravnost prava spolova nažalost će trajati još godinama.

6. LITERATURA

Knjige:

1. Carvalho, I.; Costa, C.; Lykke, N. and Torres, A. (2014), '*An Analysis of Gendered Employment in the Portuguese Tourism Sector*', *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, volume 13 (4), str. 405–429.
2. Ferguson, L. (2010b), '*Tourism development and the restructuring of social reproduction in Central America*', *Review of International Political Economy*, volume 17 (5), str. 860–888.
3. Sinclair, M. (1997), '*Gendered work in tourism: Comparative perspectives*', in: Sinclair, M. (ed.), *Gender, Work and Tourism*, Routledge, New York, str. 220–234

Online izvještaji:

1. UNWTO (2019), *Global Report on Women in Tourism*, UNWTO, Madrid (online) dostupno: <https://www.unwto.org/publication/global-report-women-tourism-2-edition> (19.08.2020.)
2. World Bank (2017), *Tourism for Development. Women and Tourism: Designing for Inclusion*, World Bank, Washington, D.C. (online), dostupno: www.worldbank.org (20.08.2020.)
3. International Labour Organization (2001), *Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector*. Report TMHCT/2001, ILO, Geneva (online), available at: www.ilo.org (22.08.2020.)
4. World Bank (2018), *An Operational Guide to Women's Entrepreneurship Programs in the World Bank*, World Bank, Washington D.C. (online) dostupno: <http://documents.worldbank.org/curated/en/629041543523635439/pdf/132588-WP-V2-FullReportWomensEntrepreneurshipPrograms.pdf> (21.08.2020.)

5. World Bank (2019), *Profiting from Parity: Unlocking the Potential of Women's Businesses in Africa*, World Bank, Washington, D.C. (online), dostupno: www.worldbank.org (21.08.2020.)
6. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2014), *UNESCO's promise: Gender equality, a global priority*, UNESCO, Paris (online) dostupno: <https://unesdoc.unesco.org> (21.08.2020.)
7. World Bank (2019), *Girls' Education*, World Bank, Washington, D.C. (online) dostupno: www.worldbank.org (21.08.2020.)
8. Inter-Parliamentary Union and UN-Women (2019), *Women in Politics 2019 Map*, IPU and UN-Women, New York (online) dostupno: www.ipu.org (21.08.2020.)
9. Equality in Tourism (2018), *Sun, Sand and Ceilings: Women in Tourism and Hospitality Board Rooms 2018*, Equality in Tourism, London (online) dostupno: www.equalityintourism.org (21.08.2020.)
10. UN Women (2019), *Women's leadership and political participation*, UN Women, New York (online) dostupno: www.unwomen.org (22.08.2020.)
11. International Labour Organization (2016), *Women At Work: Trends 2016*, ILO, Geneva (online) dostupno: www.ilo.org (22.08.2020)
12. Women in Hospitality, Travel and Leisure, PwC and MBS Group (2019), *Women in Hospitality, Travel, and Leisure 2020: WiH2020 Review*. WiH, Dorset (online), dostupno: www.pwc.co.uk (22.08.2020)
13. International Labour Organization (2018a), *Care work and care jobs for the future of decent work*, ILO, Geneva (online), dostupno na: www.ilo.org (22.08.2020.)
14. Eurostat (2018), *Sustainable development in the European Union: Monitoring report on progress towards the SDGs in an EU context*, European Union, Luxembourg (online), dostupno na: <https://ec.europa.eu> (22.08.2020.)

15. European Commission (n.d.), *What Europeans have to say about gender equality*, European Commission, Luxembourg (online), dostupno: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/ebs_465_infographic_gender_equality.pdf (22.08.2020.).
16. PricewaterhouseCoopers (2019), *Women in Hospitality, Travel and Leisure 2020 Review - 2019 Edition*, PwC United Kingdom, London (online), available at: www.pwc.co.uk (23.08.2020.)
17. European Commission (2013), *Women active in the ICT sector*, European Commission, Brussels (online), available at: <https://ec.europa.eu> (24.08.2020)
18. Bakker, M. H. E. and Twining-Ward, L. (2018), *Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable Peer-toPeer Accommodation*, World Bank, Washington, D.C. (online), dostupno: www.worldbank.org (25.08.2020.)
19. World Tourism Organization (2018), *World Tourism Day 2018 Official Celebration: "Tourism and the Digital Transformation"*, List of Semifinalists, UNWTO, Madrid (online), dostupno: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/startups_-_list_of_semifinalists.pdf (26.08.2020.)
20. Baum, T. and Cheung, C. (2015), *Women in Tourism & Hospitality: Unlocking the Potential in the Talent Pool*, Hospitality Industry Pipeline Coalition Coalition/Diageo, London (online), dostupno: www.diageo.com/pr1346/aws/media/1269/women_in_hospitality___tourism_white_paper.pdf (26.08.2020.)
21. DZS, (2020), dostupno: <https://www.dzs.hr/> (28.08.2020.)

Online članci:

1. Crnjak, M. (2019), *Turizam u Europskoj uniji osigurava posao za više od 13 milijuna ljudi, najviše privlači mlade, ali plaće s u niže nego u drugim sektorima*, Poslovni.hr, Zagreb, dostupno: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/turizam-u-europskoj-uniji-osigurava-posao-za-vise-od-13-milijuna-ljudi-> (26.08.2020.)
2. Ibrahim, E. (2018), *Položaj žena u djelatnosti ugostiteljstva i turizma*, Zagreb, dostupno: <http://www.stuh.hr/novosti-detalji/polozaj-zena-u-djelatnosti-ugostiteljstva-i-turizma/1346> (26.08.2020.)
3. European Institute for Gender Equality (2017), *Gender in Tourism, EIGE*, Vilnius (online), dostupno: <https://eige.europa.eu> (20.08.2020.)
4. European Institute for Gender Equality (n.d.), *Tourism: Relevance of gender in the policy area, EIGE*, Vilnius (online), available at: <https://eige.europa.eu> (23.08.2020.)
5. Global Partnership for Education (2019), *Education data*, GPE, Washington, D.C. (online) dostupno: www.globalpartnership.org (21.08.2020.)
6. UN-Women (2019), *Education and Training of Women*, UN Women, New York (online) dostupno: <http://beijing20.unwomen.org> (21.08.2020.)

7. POPIS TABLICA I GRAFOVA

1. Tablica 1. Broj i postotak osoba po spolu zaposlenih u „uslugama smještaja i prehrane“ 2018. godine	9
2. Graf I. Postotak žena zaposlenih u turizmu u svijetu 2018.	10
3. Graf II. Karakteristike zaposlenosti u turizmu, EU28, 2014., udio zaposlenih žena (%)	11
4. Graf III. Udio zaposlenih muškaraca i žena u easyJetu iz Ujedinjenog Kraljevstva prema kvartalima platnih opsega, 2017. (%).....	12
5. Graf IV. Samozapošljavanje žena u turizmu i široj ekonomiji, 2012–2016 (%).....	15
6. Tablica 2. Žene na ministarskim pozicijama 2009. godine (lijeva tablica) i 2019. godine (desna tablica), u %.	18
7. Graf V. Postotak žena zaposlenih u turizmu - Europa, 2018..	24
8. Graf VI. Udio zaposlenih prema ekonomskoj djelatnosti, spolu i zaposlenju s punim ili nepunim radnim vremenom, EU28, 2014 (%).....	25
9. Graf VII. Zaposlenice u velikim tehnološkim tvrtkama (%).....	27
10. Tablica 3 Zaposlenost žena u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, 2018/2019..	33
11. Tablica 4. Zaposlenost po spolu u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, 2018/2019..	35

8. SAŽETAK

Žene igraju važnu ulogu u turizmu. Sveukupno, one predstavljaju većinu turističkih djelatnika. Dok žene često posjeduju i upravljaju vlastitim turističkim poduzećima, manje su zastupljene na rukovodećim pozicijama. Razlika u plaćama među spolovima postoji u turističkom sektoru, jer žene za jednaki rad zarađuju manje od muškaraca. Iako žene većinom imaju formalno turističko obrazovanje, njima uglavnom nedostaje trening vještina potreban da bi se osiguralo napredovanje u karijeri. Nedostatak obrazovanja ili formalne obuke ugrožava aktivno sudjelovanje žena u turizmu. Prema podacima iz 2018. godini žene predstavljaju veliki dio turističke radne snage (54%), međutim i dalje su zaposlene na nižim pozicijama. To znači da, iako je sudjelovanje žena u turizmu značajno, ukupna kvaliteta njihovog sudjelovanja i dalje je loša.

Ženskim radom u turizmu dominiraju neformalnost kroz visoku fluktuaciju osoblja, dugo radno vrijeme, podugovaranje, fleksibilni radni uvjeti, sezonski posao. Ženski rad koncentriran je u sezonskim, honorarnim i slabo plaćenim poslovima, poput maloprodaje, ugostiteljstva i čišćenja kako u velikim hotelskim lancima tako i u manjim hotelima i obiteljskim poduzećima

Turizam kao sektor ženama nudi velike mogućnosti za poduzetništvo koje ne zahtijevaju veliko financiranje. Međutim, žene i dalje imaju izazove zbog ograničenog ili nikakvog pristupa financijama i tržištu za pokretanje ili rast turističkog poslovanja. Žensko poduzetništvo sprječava i nedostatak pristupa tehnologiji, informacijama, poslovnim vještinama, obrazovanju i osposobljavanju. Žene poduzetnice suočavaju se s mnogim preprekama. Prva prepreka je biti žena. Drugo je vrsta poslovanja povezana s restoranima ili tvrtkama koje nude mogućnost susreta s mnogim ljudima. Treće je kada žene žele razviti svoje poduzeća u mjestima u kojima dominiraju velika međunarodna turistička poduzeća.

U Europi je 53% žena zaposleno u turizmu. Iako su dobro zastupljene kao radnice u turizmu, nemaju najbolje poslove, prihode, ali ni položaje. Žene u Europi su najvećim dijelom zastupljene na slabo plaćenim poslovima sa slabim vještinama. U Španjolskoj, na primjer, zaposlenost u turizmu na izvršnoj i upravljačkoj razini uglavnom zauzimaju

muškarci, koji imaju više srednje obrazovanje i iskustvo između 10 i 20 godina. Suprotno tome, žene u Španjolskoj imaju tendenciju da im radna mjesta održavaju društvene stereotipe - na primjer, korisničke usluge, čišćenje, recepcija, administrativni poslovi, itd.

Turizam je treći najveći socijalno-ekonomski sektor u EU. Istraživanja pokazuju da je turizam postao jedan od glavnih generatora dohotka u razvijenim zemljama i zemljama u razvoju, s obujmom poslovanja koji je jednak ili veći od izvoza nafte, prehrambenih proizvoda ili automobilske industrije. Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda (UNWTO) procjenjuje utjecaj turizma na svjetsku ekonomiju kao 9% svjetskog bruto domaćeg proizvoda (BDP).

Europa, turizam i žene napreduju iz godine u godinu. Sve je više ljudi, inicijativa i borbe za ravnopravnost spolova. Osvijestiti ljude da žene više nisu „slabiji” spol, da ženi nije mjesto u kuhinji i da žena nije samo za kućanske poslove, poprilično je težak posao s obzirom da se još od davnih vremena muškarac smatra jačim, pametnijim i uspješnijim. Borba za ravnopravnost spolova, nažalost će trajati još godinama.

9. SUMMARY

Women play an important role in tourism. Overall, they represent the majority of tourism workers. While women often own and manage their own tourism businesses, they are less represented in management positions. There is a gender pay gap in the tourism sector because women earn less than men for equal work. Although women mostly have a formal tourism education, they generally lack the training skills needed to ensure career advancement. Lack of education or formal training jeopardizes the active participation of women in tourism. According to data from 2018, women represent a large part of the tourism workforce (54%), however, they are still employed in lower positions. This means that, although women's participation in tourism is significant, the overall quality of their participation remains poor.

Women's work in tourism is dominated by informality through high staff turnover, long working hours, subcontracting, flexible working conditions, seasonal work. Women's work is concentrated in seasonal, part-time and low-paid jobs, such as retail, catering and cleaning, both in large hotel chains and in smaller hotels and family businesses.

Tourism as a sector offers women great opportunities for entrepreneurship that do not require much funding. However, women continue to face challenges due to limited or no access to finance and the market for starting or growing a tourism business. Women's entrepreneurship also prevents the lack of access to technology, information, business skills, education and training. Women entrepreneurs face many obstacles. The first obstacle is to be a woman. The second is the type of business associated with restaurants or companies that offer the opportunity to meet many people. The third is when women want to develop their businesses in places dominated by large international tourism companies.

In Europe, 53% of women are employed in tourism. Although they are well represented as workers in tourism, they do not have the best jobs, income, but also positions. Women in Europe are mostly represented in low-paid jobs with poor skills. In Spain, for example, employment in tourism at the executive and management levels is mainly occupied by men, who have more secondary education and experience between

10 and 20 years. In contrast, women in Spain tend to have their jobs maintained by social stereotypes - for example, customer service, cleaning, reception, administrative work, etc.

Tourism is the third largest socio-economic sector in the EU. Research shows that tourism has become one of the main generators of income in developed and developing countries, with a volume of business equal to or greater than exports of oil, food products or the automotive industry. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) estimates the impact of tourism on the world economy as 9% of world gross domestic product (GDP).

Europe, tourism and women are advancing year after year. There are more and more people, initiatives and struggles for gender equality. Awareness of women that women are no longer the "weaker" sex, that a woman has no place in the kitchen and that a woman is not just for household chores is quite a difficult job given that since ancient times a man is considered stronger, smarter and more successful. The struggle will continue for years to come, until women and men are equalized and where all the rights of men belong equally to women.