# Turistički vodiči u Zagrebu: od edukacije do zadovoljstva

**Bešker, Katarina**

**Master's thesis / Diplomski rad**

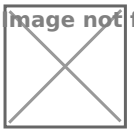
**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

*Permanent link / Trajna poveznica:* https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:226884

*Rights / Prava:* In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

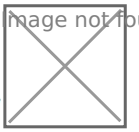
*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-03-28**




*Repository / Repozitorij:*

University of Zadar Institutional Repository



Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Diplomski sveučilišni studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

**Katarina Bešker**

# Turistički vodiči u Zagrebu: od edukacije do zadovoljstva

**Diplomski rad**

Zadar, 2020.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Diplomski sveučilišni studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

# Turistički vodiči u Zagrebu: od edukacije do zadovoljstva

Diplomski rad

Student/ica:
Katarina Bešker

Mentor/ica:
izv. prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

Zadar, 2020.

# Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Katarina Bešker,** ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Turistički vodiči u Zagrebu: od edukacije do zadovoljstva** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 6. svibnja 2020.

SADRŽAJ

1. UVOD ..... 1
1.1. Problem i predmet istraživanja ..... 1
1.2. Istraživačka pitanja ..... 2
1.3. Ciljevi i svrha istraživanja ..... 2
1.4. Znanstvene metode korištene u istraživanju ..... 3
1.5. Struktura rada ..... 4
2. TURIZAM ..... 5
2.1. Turizam u svijetu ..... 6
2.2. Turizam u Republici Hrvatskoj ..... 9
2.3. Turizam Grada Zagreba ..... 12
2.4. Utjecaj turizma na gospodarstvo Hrvatske ..... 15
3. TURISTIČKI VODIČI ..... 18
3.1. Uloge turističkih vodiča u turističkom svijetu ..... 19
3.2. Primjeri obrazovnih potreba i rada turističkih vodiča u svijetu ..... 19
3.2.1. Kina ..... 20
3.2.2. Južna Afrika ..... 24
3.2.3. Indija ..... 26
3.3. Izazovi turističkih vodiča u svijetu ..... 30
3.3.1. Jordan ..... 30
3.3.2. Kina ..... 32
3.3.3. Egipat ..... 33
3.3.4. Šri Lanka ..... 35
3.3.5. Hong Kong ..... 37
4. TURISTIČKI VODIČI U HRVATSKOJ ..... 39
4.1. Stjecanje licence turističkog vodiča ..... 46
4.2. Turistički vodiči u Gradu Zagrebu ..... 50
5. REZULTATI PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA ..... 53
5.1. Metodologija istraživanja ..... 53
5.2. Rezultati istraživanja ..... 55
6. ZAKLJUČAK ..... 67
SAŽETAK ..... 70
SUMMARY ..... 71
LITERATURA ..... 72

POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA ..... 82
ŽIVOTOPIS ..... 84

# 1. UVOD

Republika Hrvatska privlači brojne posjetitelje diljem svijeta zbog svoje bogate i raznolike turističke ponude. Danas je Hrvatska jedna od najpopularnijih zemalja na Mediteranskom području koja iz godine u godinu bilježi rast dolazaka i noćenja turista. Tako je Hrvatsku u 2017. godini posjetilo 17,4 milijuna turista te su ostvarili 86,2 milijuna noćenja u različitim smještajnim objektima. (DZS, 2018) Sudeći prema navedenim podacima, brojni su poslovi koje je potrebno obavljati kako bi se upotpunila cjelokupna turistička ponuda. Osim mnogobrojnih poslova u djelatnostima pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane i pića, jedan od važnih poslova u turizmu koji je direktno povezan s turistima je posao turističkog vodiča. On kao pružatelj usluga koji je u direktnom kontaktu s turistom ostavlja trajan dojam te ima važnu ulogu u turističkom iskustvu na odredištu. Vođeni obilasci često su primaran način na koji ljudi uče o povijesnim znamenitostima i o današnjem načinu života ljudi u posjećenoj destinaciji. Najbolje vođene ture udahnu život u kuće, krajolike, predmete, događaje i ljude iz prošlosti. Oni potiču pitanja i razgovor pri čemu se ostvaruje komunikacija između turista i lokalnih vodiča koji im najvjerodostojnije mogu prenijeti život mjesta kojega su posjetili. Turistički vodiči moraju znati jako puno o svojoj turističkoj destinaciji ali i o interesima, znanju i očekivanjima turista koje dočekuju. Osim toga, njihov posao je osigurati da njihovi gosti uživaju u zanimljivoj interpretaciji i prezentaciji određene destinacije ili turističke atrakcije. U ostvarenju tog cilja često nailaze na brojne prepreke te im je kako bi se nosili s njima potrebno adekvatno obrazovanje i neprestano usavršavanje kako bi konstantno bili pripravni na izazove koje moderan turizam nosi sa sobom.

## 1.1. Problem i predmet istraživanja

Problem istraživanja u ovom radu je utvrditi kakva je obrazovna struktura turističkih vodiča, koje obrazovne potrebe imaju za vrijeme i nakon završenog tečaja.

Osim ovog problema postavlja se i kao dodatni problem istraživanja razina njihovog zadovoljstva obavljanjem svog posla u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji koji se javljaju zbog različitih društvenih i ekonomskih faktora.

Znanje i način na koji prenosi svoje znanje o destinaciji te zanimljivost u interpretaciji turističkog vodiča najvažniji je segment ovog posla i upravo zbog toga njihovo obrazovanje predstavlja glavni problem ovog rada. Svaki vodič mora završiti tečaj čime stječe licencu turističkog vodiča a time i

dozvolu za obavljanje posla turističkog vodiča za određenu županiju. U ovom radu istraživat će se konkretno Grad Zagreb i Zagrebačka županija te će ispitanici biti turistički vodiči koji su licencirani isključivo za navedenu županiju.

Predmet istraživanja u ovom radu je je istražiti stupanj obrazovanja i razinu edukacije koju turistički vodiči stječu na propisanom tečaju te koliko dodatna edukacija utječe na uspješnost u poslu. Ispitat će se je li trenutna obrazovna struktura turističkih vodiča zadovoljavajuća i što o njoj misle sami vodiči. Osim navedenog, istražit će se profil grupa koje posjećuju grad Zagreb i Zagrebačku županiju, koje zahtjeve imaju i problemi s kojima se vodiči susreću. Istražit će se i koliko često turistički vodiči nailaze na prepreke koje im otežavaju rad, kako se odnose prema njima te kako dolaze do rješenja problema. U okviru rada, analizirat će se i koliki je postotak zadovoljstva turističkih vodiča radom na navedenom području.

## 1.2. Istraživačka pitanja

Kako bi se ostvario glavni cilj jednako kao i specifični ciljevi ovog rada, definirana su istraživačka pitanja koja glase:

- Koje su obrazovne potrebe turističkih vodiča?
- Postoje li razlike između potreba skupina turista s obzirom na zemlju dolaska?
- U kojoj su mjeri turistički vodiči zadovoljni poslom u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji?

Putem anketnog istraživanja koje se provodi među turističkim vodičima u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji prikupljaju se potrebni podaci čijom analizom će se odgovoriti na navedena istraživačka pitanja.

## 1.3. Ciljevi i svrha istraživanja

Budući da turistički vodiči imaju značajnu ulogu u cjelovitoj turističkoj ponudi određene destinacije, potrebno je osigurati njihovu kvalitetnu edukaciju kako bi na što zanimljivije i inovativnije načine svoja znanja prenijeli svim grupama turista. Kako bi se to ostvarilo, osim visoke razine obrazovanja turističkih vodiča, potrebno je konstantno unaprjeđivati razinu njihovog zadovoljstva obavljanjem svog posla u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji. Prema navedenome, postavljeni su sljedeći ciljevi rada:

- istražiti zadovoljstvo razinom edukacije stečene na tečajevima za turističkog vodiča
- istražiti mogućnosti i spremnost na cjeloživotno učenje turističkih vodiča
- istražiti profil turističkih grupa koje posjećuju Grad Zagreb i Zagrebačku županiju
- istražiti posebne zahtjeve turističkih grupa i probleme s kojima se susreću turistički vodiči kod ostvarivanja tih zahtjeva
- istražiti razinu zadovoljstva turističkih vodiča poslom na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije

## 1.4. Znanstvene metode korištene u istraživanju

U svrhu izrade ovog diplomskog rada prvo će se koristiti sekundarni izvori podataka kako bi se definirao turizam, turistički vodiči, zakoni i uvjeti za stjecanje licence turističkog vodiča, njihova uloga u ukupnoj turističkoj ponudi na primjeru nekoliko zemalja svijeta te Republike Hrvatske. Koristit će se znanstvene metodologije koje uključuju analitičku metodu pomoću koje će se predmet istraživanja raščlaniti na manje jedinice kako bi se što bolje prikupili potrebni podaci. Sintetička metoda koristit će se kako bi se pomoću jednostavnijih pojmova postigao cilj istraživanja, induktivnom metodom promatrat će se, klasificirati i analizirati činjenice istraživanja, deskriptivnom metodom opisat će se određeni predmeti istraživanja. Kvantne metode koristit će se kako bi se statistički prikazali potrebni elementi istraživanja, metodom analize detaljnije će se objasniti svi elementi istraživanja te će se analizirati dosadašnje znanstvene spoznaje iz područja istraživanja.

S ciljem prikupljanja primarnih podataka i odgovaranjem na postavljena istraživačka pitanja, provest će se istraživanje na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije u kojemu će namjerni uzorak ispitanika biti turistički vodiči navedenog područja. Anketno istraživanje će se provesti uz korištenje strukturiranog anketnog upitnika kao mjernog instrumenta sastavljena od standardiziranih pitanja koja će biti podijeljena na otvorena i zatvorena pitanja. Zatvorena pitanja uključivat će pitanja sa ponuđenim odgovorima nabrajanja ili skale intenziteta. Dok će se podaci prikupljeni kroz otvorena pitanja kodirati i obraditi kroz analizu sadržaja u primjenjive odgovore na postavljena pitanja i zaključke istraživanja.

## 1.5. Struktura rada

1. UVOD

U uvodnom dijelu bit će riječi o konkretnom problemu i predmetu istraživanja koje će se provesti u ovom radu. Navest će se istraživačka pitanja kroz koja će se doći do cilja i svrhe istraživanja. Opisat će se metode koje će biti korištene te cjelokupna struktura rada.

2. TURIZAM

Definirat će se turizam te prikazati njegove značajke u svijetu i Hrvatskoj. Opisat će se utjecaj turizma na hrvatsko gospodarstvo.

3. TURISTIČKI VODIČI

Opisat će se uloge turističkih vodiča te navesti primjeri obrazovnih potreba i rada vodiča u svijetu, u državama Kina i Indija te na području Južne Afrike. Analizirat će se izazovi turističkih vodiča u Jordanu, Kini, Hong Kongu, Egiptu i Šri Lanci.

4. TURISTIČKI VODIČI U HRVATSKOJ

U ovom poglavlju opisat će se potrebni uvjeti kako bi se stekla licenca turističkog vodiča u Hrvatskoj te posebno u gradu Zagrebu. Bit će navedeni zakoni Republike Hrvatske koji su povezani sa ovim zanimanjem.

5. REZULTATI PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA

Opisat će se metodologija istraživanja te navesti rezultati dobiveni provedenim istraživanjem. Analizirat će se provedena anketa o stupnju obrazovanja i razini edukacije koju turistički vodiči stječu na tečaju te koliko dodatna edukacija utječe na uspješan rad vodiča nakon čega slijedi rasprava.

6. ZAKLJUČAK

Na temelju svih utvrđenih podataka i činjenica donijet će se zaključak na temelju kojeg će se dati prijedlog i smjernice za budući razvoj.

# 2. TURIZAM

Postoje razne definicije turizma, a Svjetska Turistička Organizacija definira ga na sljedeći način: „Turizam obuhvaća aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svog uobičajenog okruženja ne više od jedne uzastopne godine zbog užitka, posla i drugih svrha“ (Dale, Marvell, Oliver, 2005: 2). Turizam predstavlja odmaranje i uživanje u raznim aktivnostima koje turisti traže na mjestima izvan svog svakodnevnog okruženja. To mogu biti putovanja unutar ili izvan domicilne zemlje. Brojni ljudi na svijetu sudionici su turizma i u potrazi su za odmorom na nekim mjestima koja se razlikuju od onog svakodnevnog. Upravo zbog toga potrebno je pružiti i brojne različite aktivnosti koje će zadovoljiti turiste kako bi njihov odmor upotpunio njihova očekivanja. Turizam koji je poznat danas nije postojao oduvijek, bilo je potrebno stotine godina kako bi se sve više usavršavao te svake godine nudio nešto više.

U osamnaestom stoljeću bogata društvena elita mladih Engleza pokrenula je The Grand Tour, razdoblje putovanja u svrhu obrazovanja, kulture i užitka. To je bilo važno razdoblje u povijesti turizma. Prisutnost bogatih britanskih putnika potaknula je turistički razvoj na jugu Francuske, Švicarske i dijelovima Italije. Prelazak na društveno širu turističku skupinu, s pripadajućim porastom u brojevima, ubrzao je rast organizirane turističke industrije u dijelovima Europe do 1820.-ih i 1830.-ih godina. Danas je The Grand Tour jedna od najčešće spominjanih faza u povijesti turizma budući da predstavlja prvi način putovanja kakav poznajemo i danas (Towner, 1985: 297-300). Unaprjeđenje prvih putovanja postigao je Thomas Cook, poznat i kao otac turizma. Cook je bio engleski utemeljitelj vođenih putovanja budući da je revolucionirao putovanja, izmislio paket aranžmane i donio mobilnost masama. Rođen je 1808. godine kada termin „turizam“ još uvijek nije postojao. Kroz svoj život i djelovanje, Cook je po prvi put u povijesti ljudima pružio mogućnost putovanja u druge zemlje, noćenje u hotelima i konzumiranje hrane u restoranima što je do tada bilo nezamislivo. Međutim, nakon njegove smrti 1892. godine, putovanja su postala dio modernog života. Broj ljudi koji su putovali 1850. godine iznosio je 165.000, a do 1899. godine narastao je na 951.000 putnika (Hamilton, 2012: 1-15).

Razvoj tehnologije za sobom povlači i poboljšanje turističke ponude. Turizam treba pratiti nove trendove kako bi prvenstveno zadovoljio potrebe i želje turista ali i osigurao konkurentnu prednost. Kako bi u tome bili uspješni, potrebno je konstantno raditi na inovacijama koje će se razlikovati od konkurencije i time osiguravati veće prihode pružatelju usluga. Drugi bitan element za uspješnost je pratiti promjene u turističkoj populaciji. Povećava se udio starije populacije te se naglasak stavlja na individualne turističke usluge ali i održivi razvoj budući da je sve veći broj

turista koji su spremni platiti više za hotel koji naglašava svijest o očuvanju okoliša (Burušić Bračan, 2019: 21-24).

U želji napredovanja u turizmu što pretpostavlja ostvarivanje prihoda potrebno je pratiti trendove. Potrebe i očekivanja turista mijenjaju se iz godine u godinu, a turističke destinacije koje žele biti uspješne u ispunjavanju tih potreba i očekivanja moraju kontinuirano raditi na svom usavršavanju.

## 2.1. Turizam u svijetu

Turizam pomaže izgraditi bolji život milijunima pojedinaca i transformira čitave zajednice. Rast dolazaka i primitaka međunarodnih turista još uvijek nadmašuje svjetsku ekonomiju, a gospodarstva u nastajanju i napredna gospodarstva profitiraju od povećanja prihoda od turizma. Već sedmu godinu za redom u mnogim zemljama smanjuje se trgovinski deficit jer turistički izvoz raste brže od izvoza robe. S takvim rastom dolazi i veća odgovornost u osiguravanju učinkovitog upravljanja destinacijama kojom se minimizira štetne učinke turizma (International Tourism Highlights, 2019). Na temelju ostvarenog rasta turističkog izvoza destinacije promišljaju vizije, ciljeve i planiranje razvoja proizvoda i usluga.

Ukupni međunarodni turistički dolasci u 2018. godini iznose 1,4 milijardi, što predstavlja povećanje od 5% u odnosu na 2017. godinu. S međunarodnim prihodima od turizma i prijevozom putnika ukupno je ostvareno 1,7 bilijuna američkih dolara i time je ostvareno povećanje od 4% u odnosu na prethodnu godinu (International Tourism Highlights, 2019).

Tri destinacije koje su ostvarile najveći broj turističkih dolazaka 2018. godine:

- Francuska ( 89 milijuna) što predstavlja promjenu od 3% u odnosu na 2017. godinu
- Španjolska ( 83 milijuna) što predstavlja promjenu od 1% u odnosu na 2017. godinu
- Amerika ( 80 milijuna) što predstavlja promjenu od 4% u odnosu na 2017. godinu.

Udio putovanja u slobodno vrijeme porastao je sa 50% u 2000. godini na 56% u 2018. godini (International Tourism Highlights, 2019).

Mastercard je početkom rujna 2019. godine objavio je svoj „Global Destination Cities Index“ u kojemu su rangirani najposjećeniji gradovi svijeta u 2018. godini (Global Destination Cities Indeks 2019, 2019).

Tablica 1. Najposjećeniji gradovi svijeta u 2018. godini

| RANG | GRAD | UKUPNI MEĐUNARODNI POSJETITELJI (milijun) |
|---|---|---|
| **1** | Bangkok | 22,78 |
| **2** | Pariz | 19,10 |
| **3** | London | 19,09 |
| **4** | Dubai | 15,93 |
| **5** | Singapur | 14,67 |
| **6** | Kuala Lumpur | 13,79 |
| **7** | New York | 13,60 |
| **8** | Istanbul | 13,40 |
| **9** | Tokio | 12,93 |
| **10** | Antalija | 12,41 |

Izvor: obrada autora prema Desjardins, J. (2018.) *Map: The World's Top Countries for Tourism,* Visual capitalist https://www.visualcapitalist.com/map-worlds-top-countries-tourism/ (stranica posjećena: 10. kolovoza 2020.)

Najposjećeniji svjetski grad je Bangkok sa 22,78 milijuna posjetitelja, dok se na drugom mjestu nalazi Pariz sa značajno manjim brojem posjetitelja od 19,10 milijuna. Treće mjesto zauzima London sa nešto manje posjetitelja od Pariza, tek 19,09 milijuna.

Mastercardovo izvješće proučilo je podatke iz posljednjih 10 godina kako bi se otkrilo nekoliko drugih zanimljivih trendova. Prvo, rast međunarodnih putovanja dosljedan je, pri čemu se dolazak u 2019. godini povećao na 6,5 posto u odnosu na 2009. godinu, a potrošnja rasla u prosjeku 7,4 posto godišnje. Unatoč sve većoj popularnosti manjih gradova, glavne su metropole zadržale svoju dominaciju na listi, a prvih 10 destinacija uglavnom je ostalo dosljedno tijekom proteklog desetljeća. Gradovi u azijsko-pacifičkoj regiji doživjeli su najveći porast međunarodnih posjetitelja od 2009. godine, s prosječnim porastom rasta od 9,4 posto. Za usporedbu, Europa, koja je bila na drugom mjestu, porasla je samo 5,5 posto. Mastercard pripisuje taj rast uglavnom eksploziji putnika kontinentalne Kine (Global Destination Cities Indeks 2019, 2019).

Posljednjih godina bilježi se kontinuirani rast turista u zemljama diljem svijeta te je lako zaključiti da se ljudi sve više odlučuju na međunarodna putovanja.

Koristeći podatke Svjetske turističke organizacije, američka organizacija pod nazivom „How much" objavila je najbolje svjetske turističke zemlje u kojima su u 2017. godini turisti potrošili

najviše novaca. Primanja od međunarodnog turizma definiraju se kao izdaci međunarodnih ulaznih posjetitelja, uključujući njihova plaćanja nacionalnim prijevoznicima za međunarodni prijevoz. Oni uključuju i bilo koje drugo plaćanje ili naknadno plaćanje za robu i usluge korištene u odredišnoj zemlji. Podaci iz tablice temeljeni su na međunarodnom turizmu (Desjardins, 2018).

Tablica 2. Primanja od međunarodnog turizma u 2017. godini

| RANG | ZEMLJA | MEĐUNARODNI POSJETITELJI (milijun) | POTROŠENI DOLARI (milijarda) |
|---|---|---|---|
| **1** | SAD | 74,7 | $ 210,7 |
| **2** | Španjolska | 81,8 | $ 68,0 |
| **3** | Francuska | 86,9 | $ 60,7 |
| **4** | Tajland | 35,4 | $ 57,5 |
| **5** | Ujedinjeno Kraljevstvo | 37,6 | $ 51,2 |
| **6** | Italija | 58,3 | $ 44,2 |
| **7** | Austrija | 8,9 | $ 41,7 |
| **8** | Njemačka | 37,5 | $ 39,8 |
| **9** | Makao (Kina) | 17,3 | $ 35,6 |
| **10** | Japan | 28,7 | $ 34,1 |
| **11** | Hong Kong (Kina) | 27,9 | $ 33,3 |
| **12** | Kina | 60,7 | $ 32,6 |
| **13** | Indija | 15,5 | $ 27,4 |
| **14** | Turska | 37,6 | $ 22,5 |
| **15** | Meksiko | 39,3 | $ 21,3 |

Izvor: obrada autora prema *Global Destination Cities Index 2019* (2019.) Mastercard, https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/09/GDCI-Global-Report-FINAL-1.pdf (stranica posjećena: 22. kolovoza 2019.)

Iz tablice je vidljivo da su turisti najviše trošili u Sjedinjenim Američkim Državama, čak 210,7 milijardi dolara u godini dana što znači da je potrošnja po jednom posjetitelju bila 2,819 dolara. Ipak najviše turista posjetilo je Francusku, 86,7 milijuna, a odmah iza nje nalazi se Španjolska sa 81,8 milijuna turista. Čak dvije europske zemlje nalaze se na samom vrhu ove ljestvice što je iznimno značajno za europski turizam jer predstavlja potencijal za ostale razvijenije zemlje Europe.

Na petnaestom mjestu ove liste nalazi se Meksiko sa najmanje potrošenih dolara od strane turista, a riječ je o 21,3 milijardi dolara. potrošnja po osobi iznosila je 542 dolara.

Kako bi svjetska putovanja bila što jednostavnija i sigurnija, osim UNWTO-a, osnovano je „The World Travel & Tourism Council (WTTC)“, odnosno Svjetsko vijeće za putovanja i turizam. Osim navedenog razloga osnivanja, njihovi prioriteti sve do danas su spremnost na krizu, upravljanje i oporavak te održivi razvoj. Vijeće je osnovano 1990. godine te danas broji 170 izvršnih direktora, predsjedatelja i predsjednika vodećih svjetskih tvrtki za putovanja i turizam iz svih zemljopisnih područja koja pokrivaju sve industrije. Svjetsko vijeće ostvaruje 10,4% svjetskog BDP-a te provodi istraživanja o ekonomskom utjecaju putovanja i turizma u 185 zemalja gotovo 30 godina. U posljednjih pet godina turizam stvara jedno od pet novih radnih mjesta i upravo zbog toga WTTC je najbolji partner vladama u otvaranju novih radnih mjesta (About WTTC, 2019). U svrhu što boljeg i efikasnijeg napredovanja turističkih proizvoda i usluga potrebno je istraživati što gosti žele, kako im ugoditi, ispuniti njihova očekivanja i želje te pri završetku njihovog putovanja pozdraviti sretne i zadovoljne goste. Kako bi to činili uspješno potrebno je imati različite organizacije koje proučavaju turizam iz raznih aspekata poput Svjetskog vijeća za putovanja i turizam koje između ostalog postoji kako bi pomagalo u kriznim situacijama te poboljšanju cjelokupne svjetske turističke ponude.

## 2.2. Turizam u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska može se pohvaliti izrazito uspješnim turizmom međutim, koliko god bio uspješan, uvijek može biti uspješniji, a u tome cilju sputavaju ga određeni nedostaci. Najveći od njih je zasigurno sezonalnost koja je iznimno izražena, a protiv koje se Hrvatska bori već godinama. Sezonalnost nije jednako zastupljena u svim županijama, predsezona, glavna sezona i posezona razlikuju se ovisno o ponudi određenog područja.

Na prijedlog Hrvatske turističke zajednice, ministar turizma donosi „Pravilnik o razdobljima glavne sezone, predsezone, posezone i izvansezone u turističkim općinama i gradovima“. Prema navedenom pravilniku Grad Zagreb i Zagrebačka županija imaju glavnu sezonu tijekom cijele godine. Najveću raznolikost u sezonama imaju Primorsko-goranska županija, Ličko-senjska, Splitsko-dalmatinska te Istarska. Sve navedene županije imaju izvansezonska razdoblja koja se razlikuju ovisno o županijama i gradovima no najčešće je riječ o razdoblju od siječnja do travnja (Pravilnik o razdobljima glavne sezone, predsezone, posebne i izvansezone u turističkim općinama

i gradovima, NN 92/2009). Zanimljivo je da najviše izvansezonskog razdoblja imaju županije koje se nalaze u blizini Jadranskog mora. Iz ove činjenice da se zaključiti da je njihov glavni proizvod i ponuda sunce i more tijekom ljetnih mjeseci te ne nude druge proizvode izvan razdoblja sunčanja i kupanja. Upravo se ovdje treba raditi na poboljšanju ponude ovakvih mjesta kako bi se riješio problem sezonalnosti te izbjegla izvansezonska razdoblja budući da Republika Hrvatska ima mnoštvo raznovrsnih bogatstava za ponuditi. Posebno je obdarena prirodnim ljepotama pa se tako mogu posjetiti Nacionalni parkovi i Parkovi prirode. Hrvatska broji osam Nacionalnih parkova, a to su Sjeverni Velebit, Brijuni, Risnjak, Kornati, Mljet, Krka, Plitvička jezera, Paklenica te jedanaest Parkova prirode; Lonjsko polje, Kopački rit, Učka, Papuk, Lastovsko otočje, Biokovo, Žumberak-Samoborsko gorje, Velebit, Medvednica, Telašćica, Vransko jezero. Također, brojna su kulturna dobra zaštićena pod UNESCO-om. U tablici su prikazana materijalna i nematerijalna dobra u Hrvatskoj koja se nalaze na popisu UNESCO-ve Svjetske baštine.

Tablica 3. Materijalna kuulturna baština Hrvatske

| **„MATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA HRVATSKE** |
|---|
| **Povijesni kompleks Splita i Dioklecijanova palača** |
| **Stari grad Dubrovnik** |
| **Nacionalni park Plitvička jezera** |
| **Kompleks Eufrazijeve bazilike u povijesnom središtu Poreča** |
| **Povijesni grad Trogir** |
| **Katedrala sv. Jakova u Šibeniku** |
| **Starogradsko polje, Hvar** |
| **Stećci- srednjovjekovni nadgrobni spomenici** |
| **Obrambeni sustavi Republike Hrvatske 16. i 17. st. u Zadru i Šibeniku** |
| **Bukove prašume i izvorne bukove šume Krpata i drugih regija Europe“** |

Izvor: obrada autora prema *Nepokretna kulturna dobra upisana u UNESCO-ov popis svjetske baštine* (2020.) Središnji državni portal, https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=7243 (stranica posjećena: 09. veljače 2020.)

Tablica 4. Nematerijalna kulturna baština Hrvatske

| **„NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA HRVATSKE** |
|---|
| **Ojkanje** |
| **Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja** |
| **Klapsko pjevanje** |
| **Bećarac** |

| |
|---|
| **Godišnji pokladni ophod zvončari s područja Kastavštine** |
| **Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore** |
| **Sinjska alka- viteški turnir u Sinju** |
| **Čipkarstvo u Hrvatskoj** |
| **Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog Zagorja** |
| **Procesija za Križen na otoku Hvaru** |
| **Festa sv.Vlaha, zaštitnika Dubrovnika** |
| **Godišnji proljetni ophod kraljice ili Ljelje iz Gorjana** |
| **Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske** |
| **Mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, njegovoj obali, otocima i dijelom zaleđa** |
| **Ekomuzej Batana** |
| **Međimurska popevka** |
| **Umijeće suhozidne gradnje“** (Croatia) |

Izvor: obrada autora prema *Nematerijalna dobra upisana u UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva* (2020.) Središnji državni portal, https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5220 (stranica posjećena: 09. veljače 2020.)

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, „2018. godina peta je godina za redom u kojoj se bilježi porast broja dolazaka i noćenja turista u odnosu na prethodnu godinu, u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 18,7 milijuna dolazaka i 89,7 milijuna noćenja turista. U odnosu na 2017. ostvaren je porast dolazaka turista za 7,1%, te porast noćenja za 4,0%. Domaći turisti ostvarili su 2,0 milijuna dolazaka i 6,5 milijuna noćenja, što je porast dolazaka za 10,0% i porast noćenja za 8,3% u odnosu na 2017. Strani turisti ostvarili su 16,6 milijuna dolazaka i 83,2 milijuna noćenja, što je 6,7% više dolazaka i 3,7% više noćenja u usporedbi s 2017“ (Dolasci i noćenja turista u 2018., 2019). Iz navedenih podataka jasno je da turiste privlači dolazak u Hrvatsku, da svoj odmor žele provesti koristeći turističku ponudu Hrvatske. No to ne znači da se treba odustati od smišljanja novih proizvoda, načina zadovoljavanja turističkih potreba i promocije. Hrvatska ima mnoštvo za ponuditi i potrebno je iskoristiti taj potencijal kako bi pronašla svoje mjesto na vrhovima ljestvica najboljih destinacija svijeta.

## 2.3. Turizam Grada Zagreba

Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske u članku 14. definira urbana područja. „Radi učinkovitijeg planiranja, usklađivanja i provedbe politike regionalnog razvoja, posebno njezine urbane dimenzije, ustrojavaju se urbana područja. Urbana područja ustrojavaju se kao urbane aglomeracije, veća urbana područja i manja urbana područja.

Urbane aglomeracije su:

-urbana aglomeracija Zagreb, sa sjedištem u Zagrebu

- urbana aglomeracija Split, sa sjedištem u Splitu

- urbana aglomeracija Rijeka, sa sjedištem u Rijeci

- urbana aglomeracija Osijek, sa sjedištem u Osijeku

Veća urbana područja su gradovi koji prema posljednjem popisu stanovništva imaju više od 35.000 stanovnika i nisu uključeni u urbane aglomeracije iz stavka 3. ovoga članka.

Manja urbana područja su gradovi koji prema posljednjem popisu stanovništva imaju manje od 35.000 stanovnika čija središnja naselja imaju više od 10.000 stanovnika i/ili su sjedišta županija“ (Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske, NN 147/2014). Iz Članka 3. istog zakona urbano područje „obuhvaća urbane aglomeracije i veća, odnosno manja urbana područja utvrđena ovim Zakonom za koja se izrađuju strategije urbanog razvoja“ (Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske, NN 147/2014).

G. J. Ashworth još 1992 .godine navodi tri važne tvrdnje zbog kojih je urbani turizam vrijedno analizirati. To su:

- Urbani turizam postoji kao dovoljno posebna aktivnost i moguće ga je proučavati sa raznih aspekata, ne samo sa aspekta turizma ili urbanog okruženja.
- Proučavanje urbanog turizma je iz nekog razloga zanemareno od strane onih koji se bave analizom turizma bilo kao zasebne djelatnosti ili gradova kao karakterističnih ustaljenih oblika.
- Urbani turizam je dovoljno važan bilo kao posebna skupina turističkih aktivnosti ili u ulozi koju turizam ima ili bi mogao imati u širem kontekstu gradova kako bi se takva studija vratila korisnim zaključcima (Ashworth, 1992: 3-8).

Glavni gradovi imaju multifunkcionalni karakter putem kojeg razvijaju ekonomske, administrativne, kulturne i ostale funkcije. Neki gradovi sve češće razvijaju i turističku funkciju.

Turistička ponuda u gradovima razlikuje se od ponude u destinacijama gdje je izražena sezonalnost. Ono što je posebno karakteristično za gradove je to da bilježe konstantni turistički promet tijekom cijele godine budući da imaju brojniju i raznovrsniju turističku ponudu u odnosu na destinacije sa problemom sezonalnosti. Nude veliki broj smještajnih i ugostiteljskih objekata, trgovina, zabavnih sadržaja i slično koji prvenstveno zadovoljavaju potrebe domicilnog stanovništva ali su uključeni i u turističku ponudu. Budući da kroz glavne gradove prolazi većina najvažnijih prometnica, često ti gradovi imaju i važnu tranzitnu funkciju (Milošević, 2011: 61-68).

Centar gotovo svake države najčešće je glavni grad u kojem se nalaze sve najvažnije institucije, državno vrhovništvo, najveći broj muzeja i kazališta, odnosno kulturne ponude, najveći broj trgovina, brojne manifestacije, raznovrsni zabavni, edukativni, povijesni i ostali sadržaj koji čini glavni grad turistički zanimljivim i privlačnim tijekom cijele godine. Može se reći da glavni gradovi imaju tu privilegiju jer samim time što su glavni gradovi često su destinacija turista bez obzira na njihovu turističku ponudu.

Što se tiče glavnog grada Republike Hrvatske, Zagreb se može pohvaliti sa najbrojnijom turističkom ponudom u odnosu na cijelu zemlju. To se očituje i u ranije navedenom podatku da glavna sezona traje cijelu godinu. Grad Zagreb nastao je 1850. godine spajanjem dvaju susjednih naselja, Gradeca i Kaptola. Danas je taj dio grada poznatiji kao stari dio grada budući da su još uvijek vidljivi ostaci tih naselja te se dijelovi grada i dalje nazivaju Kaptol (donji dio) te Gradec (gornji dio). U ovom starom dijelu grada postoji navedeni „gornji dio grada“ ili kako ga mještani nazivaju Gornji grad, iz razloga što je dio grada Zagreba nastao na obroncima planine Medvednice. Gradec se oduvijek nalazio na istom mjestu te se danas na njegovom glavnom trgu, Trgu sv. Marka nalazi najviša točka u cijelom gradu. Osim na gornji i donji dio grada, Zagreb je podijeljen i na stari i novi dio. Trg bana Josipa Jelačića glavni je zagrebački trg te se kao i Gradec i Kaptol nalazi u starom dijelu grada. Novi dio grada uglavnom je prošaran stambenim kućama i zgradama, parkovima te raznim trgovačkim centrima. Posjetitelji glavnog grada nakon istraženog starog dijela imaju priliku uživati u brojnim zanimljivostima ovisno o njihovim interesnim područjima.

Pa tako mogu posjetiti jedan od 34 muzeja, pogledati predstavu u jednom od 26 kazališta ili pogledati film u jednom od 11 kina u gradu (Istraži Zagreb, 2019). Zagreb je poznat po brojnim parkovima i perivojima, po svom zelenilu u samom centru grada budući da se tamo nalazi poznati kompleks od sedam parkova i jednog vrta koji svojim oblikom formiraju izgled potkove te su zato i dobili naziv Zelena potkova. Možda najpoznatija dva parka ovog kompleksa su park Nikole Šubića Zrinjskog, poznatiji kao Zrinjevac, te park kralja Tomislava, poznatiji kao Tomislavac. Duž ovih parkova tijekom cijele godine organiziraju se razni događaji koji privlače ljubitelje prirode,

koncerata, plesnih večeri, dobre hrane i pića te pregršt ostalih manifestacija. Ipak, najpoznatiji događaj koji se prostire kroz gotovo cijelu Zelenu potkovu je Advent u Zagrebu koji se organizira već dugi niz godina međutim svoju slavu stekao je tek prije tri godine kada je proglašen „najboljim božićnim sajmom u Europi 2016. godine“ (Advent u Zagrebu, 2019). Istu titulu dobio je i dvije godine nakon. Zagreb za vrijeme adventa nudi pregršt događaja i manifestacija te svake godine zauzima sve veća područja grada. Posjetitelji mogu uživati u raznovrsnoj hrani i piću, koncertima, predstavama, ambijentu i samom božićnom ugođaju koji se prostire od Gornjeg grada sve do Trga Republike Hrvatske.

Prema podacima Državnog Zavoda za Statistiku 2018. godine Grad Zagreb ukupno je posjetilo 1,400,201 turista od kojih su 223,187 bili domaći, a 1,177,014 strani turisti. Ukupno je ostvareno 2,511,817 noćenja, od kojih je 410,112 domaćih gostiju, a 2,101,705 stranih (Dolasci i noćenja turista u 2018., 2019).

Advent u Zagrebu trenutno je najznačajnija turistička ponuda grada. Tijekom 2018.-te godine za vrijeme adventa ostvario je 36,380 dolazaka domaćih turista što predstavlja rast od 11% u odnosu na 2017. godinu te stranih turista 74,327 što je rast od 30%. Što se tiče ukupno ostvarenih noćenja, domaći turisti ostvarili su 61,078 noćenja što predstavlja rast od 15%, a strani turisti i to je rast od 27%. Najveći broj stranih dolazaka zabilježeno je iz Italije, Bosne i Hercegovine, Austrije, Slovenije, Njemačke, dok su najviše noćenja ostvarili posjetitelji iz Italije, Bosne i Hercegovine, Austrije, Slovenije, Njemačke (Zagrebački advent i ove godine ruši rekorde posjećenosti, 2018).

Kako bi zadržali turiste odnosno potaknuli njihovu želju za povratkom u Hrvatsku, potrebno je obogatiti turističku ponudu te nuditi raznovrsne i inovativne usluge. Svake godine turisti su sve zahtjevniji, razvijaju se nove tehnologije koje se koriste za poboljšanje turizma čime se turistima otvaraju nove mogućnosti i novi doživljaji. Upravo se ovime stvara još veća konkurencija Hrvatskoj budući da brojne zemlje žive u korak sa razvojem tehnologije što se ne može reći i za Hrvatsku. To je logično budući da postoje zemlje daleko razvijenije od Hrvatske ali to ne bi trebao biti razlog za odustajanje u pokušaju održavanja koraka sa svjetskim tržišnim liderima ili barem europskim. Osim toga, potrebno je razvijati i županije čiji potencijal nije dovoljno iskorišten a imaju mnoštvo za ponuditi.

S obzirom na to da je Zagreb urbana aglomeracija a ujedno i glavni grad Hrvatske, ima posebnu privlačnu moć u odnosu na ruralna područja koja moraju nuditi raznovrsnu i zanimljivu turističku ponudu kako bi privukli goste u svoja područja. Primjer je razvijanje kontinentalnog i ruralnog turizma Hrvatske koji nažalost ekstremno pati budući da su svi orijentirani na „sigurni“ morski

turizam. Ipak, postoji nekoliko pozitivnih primjera koji daju nadu da će se uskoro turistička ponuda prebaciti s mora i na kontinent budući da postoje brojni motivi dolazaka te turističke priče ovih krajeva. Pozitivni primjeri javili su se ove godine u tri različite županije sa tri različite turističke ponude. Riječ je o kampanji Turističke zajednice Osječko-baranjske županije „Odmori od mora, odmoriti se mora“ koja promovira vinska događanja u 4 različita grada. Događanja su raspoređena u rujnu i listopadu sa mnoštvom popratnih sadržaja. Druga županija uključena u inovacije je Ličko-senjska županija u kojoj Turistička zajednica drugu godinu za redom organizira Hrvatski festival hodanja koji se održava 8. i 9. rujna na području Gospića i Otočca. Prijavit se mogu svi budući da su staze različitih intenziteta, od 10 do 30 i više kilometara. Posljednji primjer je projekt Zagrebačke županije nazvan „Idemo na selo – tjedan seoskog turizma Zagrebačke županije“ koji se održava od 2. do 8. rujna. Ovim projektom želi se promovirati seoski turizam, potaknuti turiste na boravak na selu te na konzumaciju domaćih proizvoda. Za vrijeme trajanja događanja, u Zagrebačkoj županiji nudi se 30% popusta na određene proizvode i usluge članovima Udruge ruralnog turizma Hrvatske, riječ je o popustu na noćenja, kupovinu domaćih proizvoda, degustaciju vina kao i sudjelovanje na kulinarskim radionicama Tradicionalne Žumberačke kuhinje (Rihelj, 2019). Kako bi navedeni projekti zaživjeli i privlačili iz godine u godinu veći broj posjetitelja potrebno je dobro ih promovirati i konstantno unaprjeđivati novitetima. Navedeni primjeri ulijevaju nadu da će se ipak jednom riješiti problem sezonalnosti s kojim se kontinuirano bori turistička ponuda u Hrvatskoj te usmjeriti turističku ponudu i na kopnene županije Hrvatske. Hrvatska bi se trebala početi orijentirati i na turiste koji svoje dane vole provoditi u prirodi, na selima, uz rijeke, planine, polja na kontinentu.

## 2.4. Utjecaj turizma na gospodarstvo Hrvatske

Republika Hrvatska ima iznimno jako gospodarstvo na području jugoistočne Europe. Turizam ima neposredan utjecaj na gospodarstvo koji se očituje kroz četiri područja, a to su ugostiteljstvo (hoteli i restorani), promet, putničke agencije i trgovine. Također, posrednu ulogu ima na pokretanje gospodarskog sustava određene zemlje i/ili regije (Mandura, 2018: 12-13). Republika Hrvatska 1990. godine uz Češku i Sloveniju bila je među najrazvijenijim tranzicijskim državama, a posebno u području industrijske proizvodnje, naftne industrije, poljoprivrede, građevinarstva, brodogradnje i turizma. Nadalje, zbog pretrpljenih velikih ratnih šteta tijekom Domovinskog rata, razvoj RH bio je djelomično zaustavljen. Bitno je napomenuti da je Republika Hrvatska 2015. godine izašla iz šestogodišnje recesije te je do 2018. godine slijedio njezin oporavak, što je također znatno utjecalo

na hrvatsko gospodarstvo (Huzjak, 2018: 8-10). Usprkos rata i ekonomske krize (recesije), prema podacima Hrvatske narodne banke u Republici Hrvatskoj prihodi od stranih turista u prvoj polovici 2018. godine iznosili su 3 milijarde eura, što je porast od 10% u odnosu na isto razdoblje u 2017. godini, iz čega proizlazi da je udio prihoda od turizma u BDP – u iznosio 19,7% u 2018. godini, tj. 1,6% više nego u 2017. godini (Mandura, 2018: 13).

Kako bi se pobliže objasnio utjecaj turizma na gospodarstvo Hrvatske potrebno je objasniti pojam turističke satelitske bilance budući da se njome služi sve veći broj zemalja cijeloga svijeta. Turistička satelitska bilanca glavni je međunarodno priznati standard za mjerenje utjecaja turizma u gospodarstvu. Promijenio je način na koji se doživljava turizam. Turistička satelitska bilanca usklađuje potražnju i ponudu u turizmu te pruža konsolidiranu i detaljnu sliku za složen skup industrija povezanih s turizmom (OECD Tourism Trends and Policies 2010, 2010). Njezine prednosti su velike: kvalitetno vrednovanje, procjena turističkog doprinosa gospodarstvu, proširenja, na primjer; neizravni utjecaji, podaci o zaposlenosti, tromjesečni i regionalni podaci. Najviše ju koriste zemlje koje su članice Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj. Jedna od njih je i Irska za koju turistička satelitska bilanca predstavlja odgovarajuće mjerno sredstvo za procjenu utjecaja turizma na ukupnu ekonomiju. Turistička satelitska bilanca postala je koristan alat za pružanje opsežnih analiza koje ukazuju na malu ali suštinsku ulogu koju turizam ima za gospodarstvo. Pružila je presudne robusne procjene turizma koje prije nisu postojale u vjerodostojnom smislu (OECD Tourism Trends and Policies 2010, 2010).

Turistička satelitska bilanca ili satelitski račun turizma osmišljen je kako bi međunarodne statistike bile usporedive po jednakim segmentima. Tako su po prvi put nositelji sustava statistike turizma Republike Hrvatske; Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma, Ministarstvo financija, Hrvatska Narodna Banka i Institut za turizam u suradnji predstavili rezultate turističke satelitske bilance za 2016. godinu (Predstavljeni rezultati Satelitskog računa turizma (TSA): U 2016. godini unutarnja turistička potrošnja (inozemna i domaća) dosegla je 10,4 milijardi eura, 2019). Rezultati su objavljeni 15. siječnja 2019. godine, a prikazuju izdatke dolaznih i domaćih turista, izravnu bruto dodanu vrijednost turizma i bruto domaćeg proizvoda turizma, bruto dodanu vrijednost turističkih djelatnosti te unutarnju turističku potrošnju 2016. godine. Unutarnja turistička potrošnja procijenjena je na 78,616 milijuna kuna, dok su ukupni unutarnji turistički izdaci iznosili 76,955 milijuna kuna podijeljeni na dolazne turističke izdatke koji obuhvaćaju 66,433 milijuna kuna i domaće turističke izdatke od 10,523 milijuna kuna (Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016., 2019). „Bruto dodana vrijednost turističkih djelatnosti u 2016. iznosila je 69,948 milijuna kuna.. izravna bruto dodana vrijednost turizma 31,734 milijuna kuna te izravni bruto domaći

proizvod turizma iznosio je 40,040 milijuna kuna. Udio izravnog bruto domaćeg proizvoda turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu iznosi 11,40%“ (Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016., 2019). Republika Hrvatska uspoređena je sa 16 zemalja među kojima ima najveći doprinos turizma bruto dodanoj vrijednosti, čak 10,9%. Na drugom mjestu nalazi se Portugal sa 6,7% dok je treće mjesto zauzela Španjolska sa 6,6% (Turistički satelitski račun za 2016. godinu, 2019).

Kako bi se dobio izračun turističkog multiplikatora potrebno je koristiti tri glavna modela: input-output analizu, osnovni Keynsov model multiplikatora te modele opće ravnoteže. Prilikom korištenja ovih modela javlja se problem prikupljanja relevantnih podataka budući da statistika turizma ne može u potpunosti percipirati kompletnu ekonomsku važnost i utjecaje turizma (Šimundić, 2015: 15). Iz navedenih podataka vidljivo je da najveći udio turizma ostvaruje Hrvatska u svom gospodarstvu na temelju čega se zaključuje da je neophodno kontinuirano unapređenje i razvijanje cjelokupne turističke ponude.

# 3. TURISTIČKI VODIČI

Posao turističkog vodiča jedan je od najstarijih poslova u svijetu. Od samih početaka ljudskih putovanja, uvijek je bio potreban netko tko bi te ljude vodio, za vrijeme putovanja, onaj tko je znao put. Ranije u radu navedeni su neki razlozi zbog kojih su ljudi u prošlosti putovali, išli su na hodočašća, sportske igre, posjete i slično. U povijesti kao i danas, svako putovanje treba organizirati, prikupiti putnike, znati put te organizirati eventualni smještaj i povratak.

„Turistički vodiči objašnjavaju i pokazuju turistima prirodne ljepote i rijetkosti, kulturno-povijesne spomenike, umjetnička djela i etnografske znamenitosti. Pričaju turistima o važnim povijesnim događajima i osobama vezanim uz određene lokalitete, građevine i povijesna razdoblja. Također daju informacije o pojedinim mjestima i područjima te aktualnim gospodarskim i političkim zbivanjima. Turistički vodiči obično predvode grupu turista i pružaju im navedene informacije na nekom od svjetskih jezika, ili na jeziku grupe, ako vladaju njime. Moraju djelovati sigurno i suvereno vladati podacima koje pružaju te biti spremni na dodatna pitanja. Turistički vodiči često rade i poslove turističkih pratilaca. Turistički pratioci obavljaju operativne poslove u vođenju i praćenju turista te daju turistima osnovne obavijesti o svrsi putovanja. Brinu se o potrebnim ispravama pri prelascima granica, rješavaju probleme oko smještaja organiziranih turističkih grupa te daju mnoge praktične savjete (kako i gdje mijenjati novac, koji su restorani dobri, što se povoljno može kupiti itd.) kako bi turistima olakšali boravak i učinili ga ugodnijim“ (Turistički vodiči i pratioci, 2019). Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu (2007.) „turistički vodič je fizička osoba iz članka 3. stavka 6. ovoga Zakona koja pruža turistima usluge pokazivanja i stručnog objašnjavanja prirodnih ljepota i rijetkosti, kulturno-povijesnih spomenika, umjetničkih djela, etnografskih i drugih znamenitosti, povijesnih događaja, ličnosti, legendi o tim događajima i ličnostima, gospodarskih i političkih tijekova i zbivanja.“ Iz navedene definicije jasno je da je posao turističkog vodiča kompleksan i zahtjevan. Oni moraju imati široko znanje o destinacijama o kojima pričaju te se konstantno obrazovati i usavršavati kako bi njihove informacije bile točne i pravovremene, moraju imati visoku razinu komunikacijskih vještina kao i znanja o upravljanju grupnom dinamikom i vremenom.

## 3.1. Uloge turističkih vodiča u turističkom svijetu

Turistički vodiči imaju brojne uloge u opisu svoga posla no glavna dužnost im je prenijeti znanje i kulturu posjećene destinacije turističkim grupama. Posao turističkog vodiča je zahtjevan i dinamičan budući kako se svakodnevno susreće sa grupama koje se sastoje od različitih pojedinaca čiji karakteri nisu nužno sukladni onom turističkog vodiča. Ponekad upravo zbog određenih karakternih osobina, turisti dodatno otežavaju posao vodiča. Osim navedene dužnosti, vodiči često moraju biti i zabavljači i animatori kako bi zadržali pažnju gostiju. Iznimno je važno da vodič ima komunikacijske vještine, da nije dosadan i monoton u svom izlaganju jer na taj način ostavlja takvu sliku o mjestu o kojem priča. Turistički vodič koji voli svoj posao i dobro ga izvršava, želi svojim gostima prenijeti povijest i sadašnjost interpretiranog mjesta. Budući da je on najčešće građanin mjesta o kojem priča, upravo je on taj koji svojim ponašanjem i interpretacijom prenosi karakter i dušu tog mjesta i ljudi koji u njemu žive. On je glavna poveznica između lokalnog stanovništva i turista te bi mu trebalo biti u cilju ostaviti što bolji dojam o destinaciji u kojoj vodi. Danas je to izrazito teško budući da je turistima putem Interneta dostupno mnoštvo informacija i teško je uvijek znati koliko je predznanje neke grupe i pojedinaca u njoj. To se nikad ne može u potpunosti znati ali dužnost svakog vodiča je unaprijed pripremiti informacije koje će iznijeti grupi ovisno o njihovom podrijetlu, dobi te predznanju o mjestu koje posjećuju. Iznimno je važno da vodič bude spreman na prilagodbu dinamici grupe te da sukladno njezinim zahtjevima proširuju ili sužavaju informacije koje im pruža.

## 3.2. Primjeri obrazovnih potreba i rada turističkih vodiča u svijetu

Turistički vodiči provode najviše vremena u direktnom kontaktu sa turističkim grupama ili individualnim posjetiteljima u odnosu na bilo kojeg drugog turističkog radnika. Upravo iz ovog razloga vodiči bi trebali biti jedni od najšire obrazovanih turističkih djelatnika. Obrazovanje se odnosi na njihovo znanje o mjestu za koje imaju licencu i odobrenje za vođenje turista. Osim toga, trebaju biti stručnjaci u svom poslu kako bi posjetiteljima prenijeli znanje, zanimljivosti, kulturu i način života ljudi destinacije. Turistički vodiči diljem svijeta obrazuju se na načine na koje im to dopuštaju zakoni njihove države te sudjeluju u radu raznih organizacija kako bi poboljšali i unaprijedili usluge vođenja.

Većina europskih zemalja ima službeni mehanizam licenciranja vodiča i akreditaciju profesionalnih udruga. U zemljama koje primaju veliki broj turista, poput Francuske i Velike Britanije, postoji sustav licenciranja vodiča dok se njihova obuka odvija na sveučilištu, koledžu ili na poslu. U Australiji licenciranje vodiča je pitanje pokrajinske nadležnosti i vlade samo jedne provincije. Obuku provodi Technical and Further Education (TAFE), a neovisne organizacije poput Guides of Australia (GOA) postavljaju standarde i akreditiraju vodiče. Zemlje s velikim ulaznim turističkim tokovima, poput Tajlanda, Republike Kine, Indije, Singapura i Koreje, sve imaju formalnu obuku i licenciranje vodiča. Izrada programa obuke također varira od slučaja do slučaja U Vanuatu obuka vodiča traje tri do četiri dana, dok je u Austriji sveobuhvatna i može trajati i do 3 godine. Vodiči moraju tečno govoriti na najmanje dva jezika, biti dobrog zdravlja i imati osnovno znanje o određenom gradu. Također moraju pohađati tečajeve iz umjetnosti, glazbe, drame, svjetske povijesti, austrijske povijesti, geografije i govornih tehnika te na kraju položiti ispit. Slično tome, u Velikoj Britaniji vodiči moraju pohađati tečajeve, završiti tečaj i obaviti ispite usmene i pismene. Potrebno je 320 sati tijekom gotovo 28 tjedana kako bi se uspješno položili ispiti. Nakon kvalifikacije ovi vodiči imaju pravo i zakonom su obavezni nositi prestižnu Plavu značku. U Kanadi je Kanadsko vijeće za ljudske resurse za turizam razvilo nacionalne standarde za obuku turističkih vodiča, a neovisne institucije potiču se da koriste te standarde kao ishode učenja za svoje tečajeve. Mnoge od ovih institucija su fakulteti koje podupiru odgovarajuća provincijska ministarstva odgovorna za obrazovanje na fakultetima. Ako privatne institucije izvode ove programe, one mogu ili ne moraju slijediti nacionalne standarde. Na teritoriju Yukona model treninga usredotočen je na znanje i razumijevanje, etiku i odgovornost (Chowdhary i Prakash, 2009a: 162-170). Navedeni su neki svjetski primjeri obuke turističkih vodiča i što se od njih očekuje nakon ostvarenog prava na licencu, a u daljnjem tekstu detaljnije će se obraditi obrazovne potrebe i rad turističkih vodiča Kine, Južne Afrike i Indije.

### 3.2.1. Kina

Narodna Republika Kina proteže se od istočne do središnje Azije, zauzimajući površinu od . 572.900 km² čime se nalazi na trećem mjestu najvećih država svijeta. Prvo mjesto na svijetu zauzela je po pitanju broja stanovnika (Kina, 2019a). Prema svjetskoj organizaciji „Worldometers“, Kina 2019. godine broji 1.433.783.686 stanovnika (China Population, 2019). Službeni jezik je kineski (mandarinski), a glavni grad Peking. Klima se duž cijele države razlikuje pa su tako sjevernom i srednjom Kinom izraženi suhi i hladni sjeverozapadni vjetrovi u razdoblju od rujna do

ožujka, dok od ožujka do rujna pušu vlažni jugoistočni vjetrovi koji iz smjera oceana donose kišu. U jugoistočnom dijelu Kine prevladava sutropska klima, a u sjevernom hladna i suha kontinentalna klima pa je suša česta pojava. (Kina, 2019b) Kina se može pohvaliti velikim brojkama u turizmu koje iz godine u godinu rastu te ostvaruju sve veće prihode državi. U 2018. godini zabilježen je dolazak 141,2 milijuna turista što je povećanje od 1,2% u odnosu na 2017.godinu. Nešto više stanovnika Kine putovalo je izvan države, 149,72 milijuna ljudi te je ostvareno povećanje od 14,7% u odnosu na godinu ranije. Najviše posjetitelja bilo je iz Myanmara, Vijetnama, Južne Koreje, Japana, Amerike te Rusije, dok su Kinezi najviše putovali u Tajland, Japan, Vijetnam, Singapur, Indoneziju te Maleziju. Najposjećeniji grad bio je Shenzhen sa 12,07 milijuna turističkih dolazaka. Nakon njega slijede gradovi Guangzhou, Shanghai, Hangzhou te Peking (2018 China Tourism Facts & Figures, 2018). Posjetitelji Kine mogu uživati u brojnim kulturnim i povijesnim znamenitostima ali i prirodnim ljepotama kojih je ovdje mnoštvo. Najpoznatiji je zasigurno Kineski zid, a uz brojne muzeje, palače, zgrade, hramove, spomenike, na listu destinacija koje se mogu turistički posjetiti nalaze se i jedinstvene prirodne ljepote. Neke od njih su: Detian vodopadi, Tianzi planine, Qingdao jezero, Crvena plaža u gradu Dawa, Yangtze rijeka, Napušteno selo na Goqui otoku, Yuanyang polja riže, Dushanzi veliki kanjon (China Tourism: Get Known To Unknown Side Of The Asian Giant, 2005). Ove a i brojne druge destinacije svaki turist može posjetiti individualno, unaprijed odrediti vlastito putovanje te uz pomoć priručnika saznati neke informacije o mjestu koje je posjetio. Međutim, kako bi u potpunosti doživjeli svako turističko mjesto, osjetili kulturu i način života domaćih stanovnika, saznali važne informacije koje nisu lako dostupne, preporučeno je koristiti usluge turističkog vodiča.

Postoje određeni kriteriji koje svaki kandidat za turističkog vodiča u Kini mora ispuniti kako bi se mogao prijaviti na tečaj te postati licencirani turistički vodič. Uvjeti koje osoba mora ispunjavati kako bi se mogla registrirati na tečaj:

(1) državljani Narodne Republike Kine;

(2) završena srednja škola, srednja stručna sprema ili više;

(3) biti dobrog zdravlja;

(4) imati osnovno znanje i sposobnost izražavanja na jeziku na kojem se polaže ispit.

Prijava kvalifikacije nacionalnog turističkog vodiča provodi se u obliku internetske registracije, a postupak prijave uključuje četiri koraka: 1. dostavljanje podataka o registraciji, 2. pregled podataka o registraciji, 3. plaćanje naknade 4. tiskanje ulaznica. Kandidati plaćaju naknadu nakon odobrenja

informacija o registraciji. Naknada se ne vraća nakon uspješnog plaćanja. Kandidati na ulazu u instituciju gdje polažu ispit moraju pokazati ispisanu ulaznicu ili neće biti u mogućnosti pristupiti ispitu. Kandidati koji polažu ispit kvalifikacije nacionalnog turističkog vodiča moraju pisati pismeni test i proći intervju. Kandidati koji su stekli kinesku "Licencu za turističke vodiče" i žele položiti dodatni strani jezik dužni su položiti samo intervju. Pismeni ispit izvodi se putem računala. Predmeti koji se polažu su:

1. politike, zakoni i propisi

2. poslovi turističkog vodiča

3. osnovno znanje o nacionalnim turističkim vodičima

5. osnovna opća znanja lokalnih vodiča

6. intervju

7. sposobnost za izvršavanje usluga vodiča.

Ispit iz svakog predmeta nosi 100 bodova, a vrijeme ispitivanja je 90 minuta. Naknada za ispit provodi se u skladu s odgovarajućim propisima pokrajinskih ureda za kulturu i turizam i administrativnih odjela za financije. Ministarstvo kulture i turizma povjerilo je pokrajinskom upravnom odjelu za kulturu i turizam izdavanje certifikata kandidatima koji polože ispit pod nazivom "potvrda o turističkoj kvalifikaciji" (Obavijest Glavnog ureda Ministarstva kulture i turizma o organizaciji i provedbi ispita kvalifikacije nacionalnog turističkog vodiča za 2019. godinu, 2019). Svi kandidati za turističkog vodiča moraju položiti navedene predmete bez obzira iz kojeg dijela Kine dolaze.

Putem interneta turisti mogu rezervirati privatnog vodiča te unaprijed dogovoriti što žele posjetiti. Mogu izabrati vodiča koji nudi ono što njih zanima budući da se o svakom vodiču mogu pročitati karakteristike i njihova ponuda kao i cijena. Cijena vođenja ovisi o duljini trajanja, minimalno jedan sat do maksimalno jednog dana. Neki vodiči čak imaju i uvjet da ih se može angažirati na minimalno dva, tri ili četiri sata. Prosjek cijene za jednosatno vođenje je između 10 i 30 dolara, a cjelodnevno između 70 i 100 dolara (China Tour Guides, 2019). Kako bi se razvijali dobri turistički vodiči, poboljšala kvaliteta usluge, zaštitila zakonska prava i interesi vodiča, osnovana je Udruga Turističkih Vodiča. Svrha Udruge je pridržavati se odgovarajućih nacionalnih zakona, propisa i politika, poštivati socijalni moral i etiku te čuvati zakonita prava i interese turističkih vodiča u Udruzi. Zakon o turizmu Kine pruža pravnu osnovu za uspostavu Udruge turističkih vodiča Kine (Yu, 2017). Svi vodiči trebali bi se angažirati i doprinositi Udruzi na način da dijele svoja iskustva

sa ostalim vodičima, time ujedno pomažu jedni drugima. Ukoliko su nailazili na neke probleme mogu upozoriti svoje kolege koji će onda biti spremni za takve situacije i time poboljšati uslugu turistima. Vodiči mogu dijeliti informacije i znanje s drugima kako bi svi bili dovoljno obrazovani i u toku sa aktualnim zbivanjima diljem države. Turistički vodiči ne bi smjeli gledati jedni na druge kao na potencijalnu konkurenciju, one koji će im uzeti grupe turista i odraditi vođenje umjesto njih, nego kao jednu veliku obitelj koja se bavi istim poslom s istim ciljem a to je zadovoljstvo posjetitelja kako bi se ponovno vraćali i privlačili nove posjetitelje i time osiguravali posao sebi ali i svojim kolegama.

Cijene najma turističkih vodiča u trajanju od jednog sata kreću se od 20 do 50 dolara, dok su cjelodnevna vođenja između 100 i 350 dolara, ovisno o dodatnim željama turista (Tour Guides in China, 2019).

Osim posla vođenja turističkih grupa po lokalitetima, vodiči mogu raditi i razglede gradova koji pružaju drugačiji doživljaj. Jedan takav primjer je škola za učenje kineskog jezika i upoznavanje kineske kulture kroz boravak u školi te odlazak na organizirano putovanje u pratnji licenciranih vodiča. Riječ je o školi Keats School koja se nalazi u gradu Kunming u pokrajini Yunnan, na južnom dijelu Kine. U ponudi imaju mogućnost učenja kineskog jezika u kineskoj školi od jednog do 53 tjedna, svaka osoba može odlučiti koliko želi ostati. Osim toga, može odlučiti hoće li učiti kineski 4 sata u danu ili 6 sati te odabrati razinu predznanja jezika. Svaki učenik ima osobnog učitelja, privatnu sobu i uključena tri obroka u danu. U program je uključeno putovanje od jedan ili dva tjedna ovisno što učenik izabere te na putovanje može povesti i obitelj, prijatelje ili koga već želi. Tijekom jednotjednih obilazaka, posjećuje se grad Dali, planine u Lijiangu i hramovi u Shangri-la. U dvotjednom putovanju obilazi se i drevni grad u Jianshui i rižina terasa u Yuanyangu. Cijena za jedan tjedan boravka u školi i jedan tjedan putovanja za jednu osobu iznosi 17.000,00 kuna dok za ponudu od 53 tjedna te 2 tjedna putovanja jedna osoba mora izvoditi 183.000,00 kuna. (Chinese Language Course+Tour in China, 2019) Budući da su Kinezi najmnogoljudnija nacija te izvanredno uspješni u raznim projektima i inovacijama na svim područjima, učenje kineskog i upoznavanje njihove kulture svakom pojedincu otvara nove mogućnosti u pogledu razvoja osobne karijere.

### 3.2.2. Južna Afrika

Južna Afrika najrazvijeniji je dio Afričkog kontinenta, a najveća među njima je Južnoafrička Republika koja se nalazi na samom jugu kontinenta. Zauzima ukupno 1,219,090 km² površine te ima izlaz na Atlantski i Indijski ocean. Glavni grad je Pretoria u kojem se nalazi sjedište vlade dok je sjedište parlamenta u gradu Cape Town. Poznati su gradovi i Bloemfontein, Johannesburg, Durban, Soweto, Port Elizabeth i drugi (Južnoafrička Republika, 2019a). Prema svjetskoj organizaciji „Worldometer“, Južnoafrička Republika 2019. godine broji 58,715,114 stanovnika i time se nalazi na 24. mjestu svjetske populacije (South Africa Population, 2019). Ova država posebna je po brojnim službenim jezicima: afrikaans, engleski, ndebele, pedi, swazi, sotho, tsonga, venda, tswana, xhosa i zulu. Prevladava sutropska do umjerena klima, ovisno o nadmorskoj visini. Za vrijeme ljetnih mjeseci, (siječanj) najniža temperatura je 20 °C , a najviša 23 °C, a u zimskim mjesecima (srpanj) temperature se kreću od 7 °C do 13 °C (Južnoafrička Republika, 2019b). Južnu Afriku je u 2018. godini posjetilo 30,955,754 turista, 341,817 manje nego 2017. godine. U zadnje dvije godine dogodio se pad u broju posjetitelja, a najveća brojka zabilježena je 2016. godine od 31,613,396 posjetitelja. Prema podacima najviše turista dolazi koristeći cestovni promet, zatim zračni pa morski dok im je glavni motiv dolaska godišnji odmor. Najviše posjetitelja Južnoafričke Republike bilo je iz zemalja Južnoafričke razvojne zajednice, čak 7,786,357 posjetitelja te slijede Europljani sa 1,618,762 turista. Što se tiče stanovnika Južne Afrike, 11,961,401 ljudi je putovalo izvan zemlje što je povećanje od 452,952 ljudi u odnosu na 2017. godinu. (Tourism 2018, 2018) Posjetitelji Južnoafričke Republike mogu uživati u brojnim znamenitostima i prirodnim ljepotama diljem zemlje. Tijekom svog boravka turisti mogu posjetiti brojne atrakcije, neke od njih su: Nacionalni park Kruger, zapadni dio grada Cape Town, Kgalagadi park, Drakensberg planina, iSimangaliso Wetland Park, Kavezno ronjenje s bijelim morskim psima, Durbanova zlatna milja, KwaZulu-Natal, Kanjon rijeke Blyde i mnoge druge. (Hastings, 2019) Turisti mogu razgledavati lokalitete i atrakcije individualno ili angažirati turističkog vodiča.

Postoje tri kategorije turističkih vodiča: gradski vodiči- ovi turistički vodiči stekli su minimalnu kvalifikaciju kako bi vodili po "ograničenom zemljopisnom području", tj. pješačenje u Drakenbergu, posjećivanje Natal Battlefield-a, jednodnevni obilazak Cape Town-a, posjet Sowetou; pokrajinski vodiči - kvalificirani su za primanje turista po cijeloj provinciji, tj. Limpopo ili Gauteng; nacionalni vodiči - smiju provoditi ture po cijeloj Južnoj Africi, prelazeći sve provincijske granice. Ovi vodiči prate ljude koji odlaze na opsežna putovanja unutar Južne Afrike, recimo, autobusom (How to Become a Tourist Guide in South Africa, 2019).

Tablica 5. Kategorizacija turističkih vodiča Južne Afrike

| **Kategorizacija turističkih vodiča** | | |
|---|---|---|
| **Avanturistički vodiči** | **Vodiči specijalizirani za prirodne atrakcije** | **Vodiči specijalizirani za kulturnu ponudu** |
| Pružaju pustolovna iskustva npr. penjanje, veslanje, veslanje itd. | Pružaju iskustvo prirode na područjima kao što su Game Reserve, Nacionalni parkovi, područja zaštite prirode, staze i slično. | Pružaju kulturni doživljaj na ograničenom zemljopisnom području poput muzeja, zajednice, vinogradarstva, grada ili grada. |

Izvor: obrada autora prema *How to Become a Tourist Guide in South Africa*, Tourism tattler, https://www.tourismtattler.com/articles/guiding-tourists/how-to-become-a-tourist-guide-in-south-africa/2474 (stranica posjećena: 2. rujna 2019.)

Kako bi se registrirala kao turistički vodič u Južnoj Africi, osoba mora ispunjavati sljedeće minimalne zahtjeve: biti državljanin Južne Afrike ili imati valjanu radnu dozvolu; mora proći osposobljavanje kod pružatelja izobrazbe s ovlaštenjem CATHSSETA (The Culture, Art, Tourism, Hospitality, and Sport Sector Education and Training Authority, odnosno Uprava za kulturu, umjetnost, turizam, ugostiteljstvo i sportski sektor) ili bilo koje druge akreditirane institucije koja nudi programe priznate od SAQA (South African Qualifications Authority, odnosno Južnoafrička agencija za kvalifikacije), biti u posjedu valjane potvrde o prvoj pomoći od institucije koju je priznalo Ministarstvo rada, platiti kotizaciju R240 (110,00 kuna), podnijeti 4 fotografije veličine putovnice, prilikom prijave kandidati moraju priložiti ispunjeni i potpisani obrazac za registraciju i kodeks ponašanja. Registrirani turistički vodiči danas su identificirani novim osobnim iskaznicama koje su dužni imati tijekom vođenja grupe. Osobne iskaznice označavaju kategoriju vodiča, regije za koje je turistički vodič nadležan za vođenje, kao i specijalizacije koje vodič može posjedovati. Osobne iskaznice su vrlo važne jer različita policijska tijela zahtijevaju od turističkih vodiča da ih pokažu tijekom provjeravanja u raznim dijelovima Južne Afrike radi prepoznavanja ilegalnih / neregistriranih turističkih vodiča (How to Become a Tourist Guide in South Africa, 2019).

Turistički vodiči u Južnoj Africi mogu se angažirati putem interneta te na taj način posjetitelji mogu u privatnim grupama posjetiti željene lokalitete, znamenitosti, prirodne ljepote te osjetiti potpuni doživljaj posjećenog mjesta. Cijena jednosatnog vođenja grupe iznosi između 20 i 30 dolara dok je cijena cjelodnevnog boravka s grupom, što uključuje osmosatno vođenje, između 100 i 300 dolara (Tour Guides in South Africa, 2019).

Skupina profesionalnih turističkih vodiča osnovala je 1990. godine Udruženje terenskih vodiča Južne Afrike (Introduction to FGASA, 2019a) s ciljem uspostavljanja standarda u praksi vođenja po prirodnim područjima. FGASA predstavlja pojedinačne turističke vodiče, vodiče za prirodu, kulturu i avanturu, tragače i organizacije koje su uključene u pružanje usluga profesionalnog vođenja članovima javnosti.

Udruga terenskih vodiča Južne Afrike postavljala je standarde prilikom vođenja turističkih grupa dugi niz godina i nastavlja održavati najviše standarde unutar vodeće industrije. Neki od ciljeva Udruge su: pružiti obrazovne mogućnosti za promicanje očuvanja i obnove kulturne i prirodne baštine Južne Afrike, održavati i služiti profesionalno udruženje visoko obučenih turističkih vodiča, turoperatora i ugostiteljskih zavoda, promicati kulturu profesionalnog vođenja koja se temelji na snažnom etičkom, dobro informiranom i svjesnom sigurnosnom pristupu koji posjetitelju Južne Afrike pruža ugodno i nezaboravno iskustvo, promicati razvoj vodiča korištenjem programa obuke koji su u skladu s visokim standardima razvoja vodiča (Introduction to FGASA, 2019b). Neke udruge žele zadržati visoke standarde prilikom pružanja svojih usluga te nude i vodičima brojne mogućnosti dodatnog obrazovanja i usavršavanja kako bi svi bili u korak sa zajedničkim ciljevima i očekivanjima.

### 3.2.3. Indija

Indija se nalazi u južnoj Aziji i zauzima 3,287,263 km² površine Indijskog potkontinenta (Indija, 2019a). Već dugi niz godina zauzima drugo mjesto u svijetu po pitanju broja stanovnika. Prema svjetskoj organizaciji „Worldometer“ u 2019.godini u Indiji živi 1,369,285,096 ljudi (India Population, 2019). Klima se razlikuje duž cijele zemlje, a karakterizira ju izmjena vjetra monsuna koji se pojavljuje dva puta godišnje. Suho i svježe vrijeme donosi zimski sjeveroistočni monsun koji od prosinca do svibnja puše s kopna. Prosječna temperatura u ovom razdoblju je 15 °C. Temperatura se povećava u svibnju kako dolazi ljetni jugozapadni monsun koji donosi vlažno razdoblje ali sa prosječnim temperaturama od 28 °C do 35°C od lipnja do listopada. Službeni jezik u Indiji je hindski no i engleskim se govori po cijeloj zemlji. Glavni grad je New Delhi koji se nalazi na sjevernom dijelu Indije. Postoji više od 50 milijunskih gradova diljem zemlje, a neki od njih su: Bombay, Bangalore, Hyderabad, Ahmedabad, Chennai, Calcutta, Surat, Puna, Jaipur te mnogi drugi (Indija, 2019b). Osim navedenih gradova, turisti posjećuju brojne zanimljive destinacije, kako bi vidjeli povijesne i moderne građevine, uživati u prirodi, kulturi i sl. Neka od

zanimljivih mjesta su zasigurno prirodne ljepote u gradu Kashmir, Leh-Ladakh za avanturiste, Delhi za ljubitelje povijesti, Taj Mahal Agra, Varanasi, Jaislamer, Ajanta & Ellora špilje i mnoga druga mjesta. (15 Places in India That Every Tourist Must Visit, 2019) U 2018. godini Indiju je posjetilo 10,56 milijuna turista što je povećanje od 5,2% u odnosu na godinu ranije (Travel, 2019). Najviše posjetitelja bilo je iz Europe ( 51% ), Azije ( 24% ) te Amerike ( 15% ) (India Inbound Tourism Unlocking the Opportunity, 2019). Brojni posjetitelji uživaju u turističkim ponudama Indije individualno ili u pratnji turističkog vodiča. Putem interneta turisti mogu angažirati svog vodiča koji će ih provesti po željenim destinacijama te biti s njima od jedan do osam sati u danu.

Posjetitelji će izdvojiti određeni iznos ovisno koliko sati žele biti u pratnji vodiča. Ukoliko žele angažirati vodiča na jedan sat izdvojit će između 10 i 30 dolara, a za cjelodnevno vođenje od 50 do 150 dolara. Većina vodiča postavlja uvjet od minimalno dva, tri ili više sati koliko ih minimalno turisti moraju angažirati (Tour Guides in India, 2019). Postoje određeni kriteriji koji osobe zainteresirane za posao turističkog vodiča moraju ispuniti kako bi mogle završiti određeni tečaj te steći licencu za obavljanje ovog posla. U Indiji ne postoji maksimalna dobna granica za kandidate, ali moraju imati završen diplomski studij iz bilo koje discipline, ali poželjno je iz umjetnosti, arheologije, povijesti ili kulture. Od kandidata se zahtijeva da su društveni, prijateljski raspoloženi, moraju posjedovati sposobnost u radu s ljudima, verbalnu vještinu koja je ključ uspjeha rada na terenu te temeljito znanje vezano za putovanja i turističke destinacije te poslovnu taktiku. Posebno se očekuje od kandidata sposobnost i strpljenje za pomoć i pružanje gostoprimstva te ažurirano znanje o dostupnim sadržajima i uslugama na tom području. Nacionalni odjel za turizam provodi ispit koji se sastoji od općeg znanja, povijesti i kulture itd. Kandidat bi trebao posjedovati dobre jezične vještine, posebno verbalne, zajedno s ugodnom osobnošću. Znanje stranog jezika je dodatna prednost. Kandidati se biraju na temelju uspjeha iz pismenog testa. Preduvjet za test je diplomski rad iz bilo koje discipline. Ministarstvo turizma Indije pruža dozvole turističkim vodičima i također organizira programe obuke turističkih vodiča na regionalnoj razini. Programi obuke mogu se završiti na više od 20 mjesta, a neka od njih su: Sveučilište u Delhiju, Sveučilište u Kurukshetri, Sveučilište u Agri, Sveučilište u Madrasu, Sveučilište u Mumbaiu, Sveučilište u Himachalu, Akademija Sita, Indijski institut za putovanja i turizam, Ministarstvo turizma te mnoga druga (How to be a Tour Guide? Courses & Career Scope, 2019).

U Indiji postoji troslojni sustav za vodiče. Na lokalnoj razini, općinska tijela licenciraju vodiče za određeno mjesto ili grad. Državni odjel za turizam ili njihovi odbori za razvoj turizma licenciraju vodiče na državnoj razini. Ovi vodiči mogu raditi na području države unutar provincija. Na vrhu se nalaze vodiči na regionalnoj razini koji imaju licencu Ministarstva turizma, Vlade Indije. Ovi

vodiči mogu raditi unutar svoje regije, odnosno one za koju su stekli licencu. Cijela zemlja podijeljena je u pet regija - sjever, jug, istok, zapad i sjeveroistok. Indijski zakon razlikuje turističkog vodiča od pratitelja putovanja zaposlenog u turističkoj agenciji. U socioekonomskoj strukturi pratitelji putovanja rangirani su ispod turističkih vodiča i smatraju se manje iskusnim u svom poslu. Pratitelj putovanja tek nakon stečenog određenog iskustva u putovanjima ima mogućnost dodatno se obrazovati kako bi stekao licencu turističkog vodiča (Chowdhary, Prakash, 2009b: 164-167).

U tablici su usporedno prikazana dva programa obuke turističkih vodiča u Indiji.

Tablica 6. Usporedni program obuke turističkih vodiča Indije

| **PROGRAM** | **Turistički vodič- obuka obrtnika** | **Tečajevi za obuku vodiča za regionalnu razinu** |
|---|---|---|
| **ZEMLJA** | Indija | Indija |
| **AGENCIJA** | Središnje osoblje, Institut za trening i istraživanje, Ministarstvo rada, Vlada Indije | Indijski institut za turizam i upravljanje putovanjima za Ministarstvo turizma, Vlada Indije |
| **TRAJANJE PROGRAMA** | 6 mjeseci | 16 mjeseci |
| **NAČIN UČENJA (modularni/ redovni / teorijski/ praktični / itd)** | Redoviti program na kampusu, posljednja dva tjedna posvećena pripremi izvješća o projektu | Redoviti 6-tjedni tečaj na kampusu s 1-tjednim praktičnim treningom i 9 tjedana samostalnog projektnog rada |
| **FOKUS** | Općenito | Općenito, naglasak na proizvodima baštinskog turizma |
| **LICENCIRANJE** | Nema | Ispitivanje od strane Indijskog instituta za turizam i upravljanje |

| | | |
|---|---|---|
| | | putovanjima, licenciranje od strane Ministarstva za turizam Indije |
| **PROSJEČNA CIJENA** | Informacija nije poznata | Naknade za prijavu u iznosu od RS. 500 (46,60 kn) |

Izvor: obrada autora prema Chowdhary, N., Prakash, M. (2009), „Tour Guide Training in India: A Comparison of Approach and Content with Other Programs", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, vol. 8 (2-3), https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1080/15313220802634141 (stranica posjećena: 3. kolovoza 2019.)

Ministarstvo turizma i Vlada Indije pokrenuli su Regionalnu razinu programa obuke vodiča prema kojoj je cijela zemlja bila podijeljena na pet regija - sjevernu, južnu, istočnu, zapadnu i sjeveroistočnu. Predviđen je najveći odaziv turističkih vodiča sa licencama za međudržavno vođenje. Program je koncipiran na način da može obučavati 100 vodiča u svakoj od regija, što znači 500 vodiča koji započinju svoj posao nakon ove obuke. Kandidati su telefonskim pozivom pozvani na rješavanje pismenog testa sposobnosti za ukupno 100 kandidata. Odabrani kandidati biti će podučavani u Indijskom institutu za turizam i upravljanje putovanjima. Ukupno 3404 osoba podnijelo je zahtjev za licenciranje, od čega 2954 iz sjeverne regije, 253 iz zapadne regije, 74 s juga 70 sa istoka i samo 53 sa sjevero-istoka. Prijavio se puno manji broj od očekivanog. Organizatori su postavljali pitanje zašto je toliko mali broj ljudi zainteresiranih raditi kao turistički vodiči u ove četiri regije? Postoji li razlika u motivaciji? Postoje li određene poteškoće bavljenju ovom profesijom? Ministarstvo turizma i Vlada Indije proveli su istraživanje kako bi saznali što najviše muči turističke vodiče Indije. Postavili su im pitanje: Što mislite koji bi bili izazovi u Vašim početnim danima u poslu turističkog vodiča? Na valjanom uzorku od 205 ispitanika sjeverne i istočne regije, turističke vodiče sjeverne regije najviše muči konkurencija dok istočnu regiju muče osobne kompetencije koje moraju ubrzano razvijati jer turizam postaje sve konkurentniji na istoku. Budući da je sjeverna regija najrazvijenija od svih, vodiče tog područja muči i to što i oni moraju plaćati ulaznice za određene muzeje iako su ondje poslovno odnosno s grupom. Na ovaj problem, kao i na mnoge druge, nisu ukazali vodiči istočne regije. Istraživanje je pokazalo da se odgovori ispitanika sjevera i istoka značajno razlikuju. Pretpostavka je da je razlog tome veća konkurencija na sjeveru, a manjak vodiča na istoku. Istraživanje je također pokazalo da su glavne brige turističkih vodiča Indije: nedostatak vještina, kvaliteta posla i vanjske prijetnje. Nemoguće je pomoći svima i odgovoriti na sve probleme turističkih vodiča cijele zemlje ali je potrebno truditi se i suočavati sa prijetnjama i problemima koje ovaj posao nosi sa sobom (Chowdhary, Prakash, 2009c: 162-170).

Čini se da ni brojni vodiči cijele Indije ne smatraju da im je potrebno dodatno obrazovanje budući da se nisu prijavili na inicijativu Indijske Vlade i Ministarstva turizma Indije. Sve u svemu, imaju mnoštvo briga i problema s kojima se susreću u svom poslu, a budući da smatraju da im je najveća prijetnja nedostatak vještina možda bi im dodatno obrazovanje upravo pomoglo u unaprjeđenju ovog poslovnog elementa.

## 3.3. Izazovi turističkih vodiča u svijetu

Turistički vodiči diljem svijeta svakodnevno se susreću sa brojnim izazovima u svome poslu. Budući da je posao vodiča gotovo identičan u svim zemljama, ponekad su i njihovi izazovi slični. Međutim, svaka zemlja ima svoje posebnosti i zanimljivosti pa tako i turistički vodiči imaju neke izazove povezane direktno s njihovom kulturom i zemljom. U radu su detaljnije navedene zemlje Jordan, Kina, Egipat, Šri Lanka i Hong Kong te izazovi njihovih turističkih vodiča.

### 3.3.1. Jordan

Jordan se nalazi u jugozapadnoj Aziji i obuhvaća ukupno 88,780 km² Zemljine površine. Prema svjetskoj organizaciji „Worldometer“ 2019. godine nalazi se na 89.mjestu po broju stanovnika. Trenutno broji 10,123,174 stanovnika (Jordan Population, 2019). Službeni jezik je arapski, a glavni i ujedno najveći grad je Amman. Klima je sutropska koju karakteriziraju vruća i suha ljeta sa prosječnom temperaturom od 24,9 °C dok maksimalne temperature dosežu i 50 °C. Zima je hladna i vlažna sa prosječnom temperaturom od 13 °C. Jordan se nalazi na popisu zemalja koje imaju najmanju količinu obnovljive pitke vode po stanovniku (Jordan, 2019). Jordan je 2018. godine posjetilo 7,458,239 turista. Najviše posjetitelja bilo je iz arapskih zemalja, čak 5,829,602, na drugom mjestu nalazi se 601,735 posjetitelja europskih zemalja, dok su na trećem mjestu turisti azijskih zemalja, ukupno 598,213 posjetitelja (Travel, Tourism and Services, 2018). U Jordanu se nalazi mnoštvo povijesnih znamenitosti za ljubitelje povijesti ali i kulture i arhitekture. Posjetiti se mogu i brojna prirodna odredišta ali i opustiti na plažama Mrtvog mora. Neke od zanimljivih odredišta su zasigurno stari grad Petra, rimski ostaci u gradu Jerash, Mrtvo more, pustinja Wadi Rum, Bedouin kamp, Prirodni rezervat Dana, Planina Nebo te brojna druga (13 exciting things to do in Jordan that will make you want to pack your bags now, 2019). Turisti mogu uživati u ovim i

brojnim drugim turističkim ponudama samostalno, a mogu i angažirati profesionalne turističke vodiče koji im mogu prenijeti više informacija i zanimljivosti o posjećenim područjima.

Kako bi se turistima prenosilo znanje i kultura Jordana, potrebno je završiti tečaj i steći licencu turističkog vodiča. Kandidati za posao turističkog vodiča mogu se prijaviti na tečaj na Primijenjenom Sveučilištu u Jordanu u trajanju od 475 sati (The Tour Guide Program, 2019). Nakon završenog tečaja stječu licencu te zakonsko pravo vođenja turističkih grupa po turističkim destinacijama diljem zemlje. Turisti mogu putem interneta angažirati vodiče koji ih prate na njihovom putovanju od jednog sata do cijelog dana odnosno osam sati. Cijena ovisi dakako o vremenu provedenom s turistima.

Cijena jednosatnog vođenja kreće se između 20 i 50 dolara dok je cijena za cjelodnevni boravak s turistima od 100 do 200 dolara. (Tour Guides in Jordan, 2019)

Mnogi turistički vodiči nailaze na brojne probleme prilikom obavljanja svog posla. Ti problemi mogu biti povezani sa posjetiteljima s kojima rade, drugim kolegama vodičima ili turističkim djelatnicima ali mogu biti i nepredvidivi, povezani sa prirodom, vremenskim uvjetima ili nekim sasvim drugim razlogom. Turistički vodiči Jordana također se susreću sa određenim poteškoćama unutar svog posla. Jedan profesionalni turistički vodič objasnio je: „Lokalni vodiči vode ture do udaljenih destinacija u Jordanu, naše ture su avantura na arheološkim i prirodnim nalazištima, što znači da uključujemo aktivnosti poput safari izleta pustinjom, safari deva, planinarenje, trekking, ronjenje, pješačenje, hodanje i šetnju. Za neiskusne vodiče, mjesta kulturne baštine kao što su Petra, Jarash i prirodna nalazišta poput Wadi Rum, Wadi Mujib i Dana mogu biti izazovna okruženja u kojima se hoda, penje, na vrlo niskim ili visokim temperaturama, vrlo strmim i skliskim nagibima, tako da je naš posao fizički težak i naporan. Jordanski vodiči također moraju detaljno upoznati prirodne značajke posjećenog područja, kao i osnove sigurnosti" (Ababneh, 2016a: 6). Osim navedenog, njihov radni sustav ne uključuje naknadu za otkazivanje od strane putničke agencije kada se grupno putovanje otkaže iz bilo kojeg razloga, bez obzira na to koliko kasno je primljena obavijest o otkazivanju. Turistički vodiči ističu da je otkazivanje učestalo, posebno u razdobljima kada veliki incidenti prijete političkoj stabilnosti Bliskog Istoka. U Jordanu je niska sezona tijekom ljeta i zime. Tada turistički vodiči prosječno rade i manje od 7 dana mjesečno. Važno je napomenuti da su mjeseci s najvećim brojem radnih dana i usluga travanj i listopad. Prosječni radni raspored turističkih vodiča je između 4 i 6 mjeseci godišnje što ukazuje na problem sezonalnosti. Veliki dio turističkih vodiča financijski je ovisan o ovom poslu, a za mnoge ovaj posao je jedini izvor prihoda. Jordanski vodiči uvelike ovise o putničkim agencijama zbog zapošljavanja. U većini slučajeva, iznos stečenog dohotka i razina složenosti mogu ovisiti o sezonskoj prirodi posla, karakteristikama

posjetitelja i vrsti potrebnog iskustva. Brojni turistički vodiči odlaze na putovanja sa svojim grupama koje traju najmanje 12 sati dnevno. Važno je naglasiti činjenicu da ovi dugi radni sati u nekim slučajevima uključuju dvije glavne aktivnosti. Prvo, vodiči moraju istovremeno hodati i pričati, opisujući povijesna mjesta poput Petre, gdje jedan cjelodnevni posjet uključuje pješačenje u dužini od 14 km od 8:00 do 18:00 sati. Drugo, vodiči moraju provesti 4 do 8 sati na cesti koja povezuje mjesta, ponekad vozeći i više od 400 km (često dok daju komentare unutar vozila). Tipični turistički vodič Jordana zbog posla godišnje provede između 150 i 250 dana izvan kuće. To znači da, u prosjeku, pola godine provede isključen iz svog normalnog okruženja. Takvi teški uvjeti rada imaju mnogo negativnih učinaka. Prvo, ne može se osigurati razina kvalitete usluge tijekom turneje i sezone. Drugo, vodiči trpe duge periode stresa koji mogu smanjiti trajanje karijere turističkog vodiča. Unatoč navedenim problemima, vodiči su pokazali da postoji povezanost između kvalitete radnih uvjeta i turističkog iskustva; stoga pokazuju da je njihova uloga centralna u iskustvu svakog posjetitelja i da ima presudan učinak na razvoj turizma i njegov imidž unutar određene destinacije (Ababneh, 2016a: 7-14).

### 3.3.2. Kina

Turistički vodiči Kine svakodnevno se susreću sa raznim poteškoćama koje otežavaju njihov rad. Budući da u Kini prevladava veći broj žena turističkih vodiča u dobi između 20 i 30 godina od kojih većina ima kombinaciju općeg i strukovnog obrazovanja, upravo su mlade žene te koje se najčešće susreću sa raznovrsnim problemima. Neki od tih problema su: niska razina obrazovnog dostignuća i ograničeno radno iskustvo koje među kineskim turističkim vodičima doprinose niskoj kvaliteti usluge. Vodiči imaju nizak socijalni status te često pogrešno shvaćanje prirode posla od strane obitelji i prijatelja. Svakodnevno su pod stresom zbog brige o vlastitoj sigurnosti, lošeg sustava osiguranja, žestoke konkurencije zbog koje su vodiči manje plaćeni od strane turističkih agencija. Ograničene su im prilike za napredovanje a sve se više očekuje od vodiča da tečnije pričaju engleski jezik i ostale jezike na kojima odrađuju posao budući da se međunarodni turizam u Kini razvija prilično brzo i sve je više grupa koje zahtjevaju vodiče na svojim domicilnim jezicima. Usavršavanje stranog jezika kineskim vodičima predstavlja poseban izazov budući da većina vodiča vodi na kineskom, mandarinskom, jeziku, a manjina zapravo tečno govori neki drugi strani jezik (Kong, Cheung, Baum, 2009: 65-73).

Na temelju istraživanja provedenog u kineskoj provinciji Sichuan, ustanovljen je niz problema koji muče turističke vodiče tog područja. Ti problemi su: uskraćivanje legalnog dohotka, pojačavanje

nelegitimnog dohotka, skrivena nezaposlenost, prekomjerna zaposlenost, nedostatak povjerenja u budućnost nastao kao rezultat slabog odobravanja profesije, univerzalno postojanje tjeskobe, samooptuživanje, žalosni umovi i buntovni duhovi (Chen, 2006). Turističke vodiče diljem Kine također muči problem uskraćivanja legitimnog dohotka ali pojavljuje se još jedan problem a to su nezdravi životni uvjeti s kojima se vodiči svakodnevno susreću posebno na putovanjima (Ababneh, 2016b: 5).

Vodiči bi trebali biti dovoljno educirani kako bi znali reagirati u svim situacijama s kojima se suoče. Međutim problemi u ovom poslu nisu uvijek povezani samo sa turistima, ponekad problem izazivaju sami vodiči. Ne rade svi vodiči ovaj posao jer im je to poziv, neki su možda prisiljeni na taj rad ili su nezadovoljni radnim uvjetima te se ne ponašaju profesionalno i u skladu sa svojim zvanjem. Kako bi se izbjegle neugodne situacije i kontrolirao rad turističkih vodiča u Kini, potrebno je uvesti strože zakone kojih se svi vodiči moraju pridržavati.

Takav novi zakon uveden je 1. siječnja 2018. godine. Nova pravila Kineske nacionalne turističke uprave zabranjuju vodičima da usmjeravaju svoje klijente u nezakonite ili nemoralne aktivnosti. Vodičima je također zabranjeno prisiljavati klijente da kupuju u trgovinama tijekom obilaska ili naplaćivati dodatni novac protiv turistovih želja, zastrašivanjem, ograničavanjem slobode ili korištenjem fizičke sile. Potreba za ovim zakonom javila se zbog saznanja da se neki vodiči ponašaju nepropisno i nemoralno prema svojim klijentima. Vodiči su goste prisiljavali na neželjenu kupovinu, verbalno ih zlostavljali te čak napuštali grupe na pola puta. Ukoliko se utvrdi da neki vodič krši pravila iz ovog zakona dužan je platiti kaznu. Cijena kazne ovisi o težini prekršaja, a kreće se između 1.800,00 kuna i 18.000,00 kuna (Xinying, 2011). Kažnjavanjem turističkih vodiča koji se ponašaju nepropisno i neugodno zapravo se radi na unapređenju cjelokupne turističke ponude Kine. Osim toga, poboljšava se kvaliteta i promocija samih vodiča.

### 3.3.3. Egipat

Egipat se nalazi u jugoistočnoj Africi te manjim dijelom u jugozapadnoj Aziji sa ukupnom površinom od 1,010,408 km². Prema „Worldometer“, 2019. godine nalazi se na 14. mjestu svjetske populacije te broji 100,799,691 stanovnika (Egypt Population, 2019.). Najnaseljeniji dio zemlje je uz rijeku Nil koja protječe cijelom duljinom zemlje te se iz tog razloga Egipat često naziva darom Nila. Službeni jezik je arapski, a glavni grad Kairo. Klima je u Egiptu sutropska te postoje samo dva godišnja doba, a to su ljeto i zima. Ljetni mjeseci su od svibnja do rujna sa prosječnom

temperaturom od 26,2 °C međutim ona često prelazi 30 °C. Zima je blaga i proteže se od listopada do ožujka sa prosječnom temperaturom od 13,6 °C, a najniža ne prelazi 9 °C. Najveći dijelovi Egipta prekriveni su pustinjskim krajolicima te imaju oskudnu vegetaciju (Egipat, 2019).

Turisti u Egiptu mogu uživati u brojnim atrakcijama bez obzira traže li avanturistički ili opuštajući odmor, dolaze li sami ili sa obitelji. Egipat nudi po nešto za svakoga. Turisti mogu posjetiti Al-Azhar park, velike piramide u Gizi, Grobnice plemića, Mauzolej Aga Khan, jahati na devama, roniti u Ras Mohammed-u, posjetiti džamije te brojna druga turistička odredišta (Egypt, 2019). Egipat je u 2018. godini posjetilo 11,345,760 turista, što je porast od više od 3 milijuna posjetitelja u odnosu na 2017. godinu. Egipatski turizam bio je u znatnom padu nakon 2010. godine, no nakon 2016. godine koja je bila izrazito loša za turističku industriju, slijedi oporavak koji se bilježi i u 2019. godini (Egypt Visitor Arrivals, 2018). Ukoliko turisti žele angažirati privatnog turističkog vodiča na svom putovanju i obilasku Egipta, mogu to učiniti putem interneta prema određenim specifikacijama i karakteristikama mogu izabrati vodiča koji im najviše odgovara te dogovoriti vođenje i prije dolaska u samu zemlju. Cijene ovise o tome žele li turisti jednosatno vođenje ili možda da je vodič s njima cijeli dan odnosno osam sati.

Cijene rada turističkih vođenja od jednog sata kreću se od 10 do 20 dolara, dok su cjelodnevna vođenja između 50 i 180 dolara. neki vodiči imaju uvjete da ih se može angažirati na minimalno dva, tri ili više sati (Tour Guides in Egypt, 2019).

Glavni problemi s kojima se suočavaju turistički vodiči Egipta su: sezonalnost, nedostatak predanosti, niska financijska sigurnost i zaštita, visoka stopa prometa osoblja i ne društveni uvjeti zaposlenja (Ababneh, 2016c: 8). Osim navedenog, vodiči se susreću sa problemom velike konkurencije. Potrebno je istaknuti se u masi te pokazati da si drugačiji kako bi bio primijećen te imao dovoljno posla za cijelu godinu. Egipat je zemlja sa dugom poviješću pa neki vodiči ističu da im je svakodnevni izazov dugo pješačenje i pričanje o toj povijesti posebno gostima zainteresiranima za detaljnije razglede povijesnih lokaliteta (Interview with Hagar Hatata – Private Tour Guide in Egypt, 2019). Prednost svake destinacije je bogata i zanimljiva povijest. U Egiptu je to izazov za sve vodiče koji svoj posao obavljaju profesionalno iz razloga što trebaju biti ne samo intelektualno nego i fizički pripremljeni. Duge povijesne razglede neki vodiči obavljaju s lakoćom dok drugima predstavlja problem odraditi i po nekoliko grupa dnevno stajajući na nogama gotovo cijeli dan. Evidentno je da je ovo problem s obzirom na to da turistički vodiči mogu biti i ljudi starije životne dobi kojima je nesumnjivo teže po pitanju fizičke izdržljivosti.

### 3.3.4. Šri Lanka

Šri Lanka je otočna država u Indijskom oceanu sa ukupnom površinom od 65,610 km². Trenutno se nalazi na 58. mjestu po broju stanovnika u svijetu, prema „Worldometers-u“ te u 2019. godini broji 21,342,784 stanovnika (Sri Lanka Population, 2019). Šri Lanku karakterizira tropska klima tijekom cijele godine sa prosječnom temperaturom od 24,5 °C do 27,3 °C. Cijeli otok bogat je bogatom tropskom vegetacijom. Službeni jezici su tamilski i singalski dok je engleski jezik razgovorni u cijeloj zemlji. Glavni grad je Sri Jayawerdenepura Kotte u kojem se nalazi sjedište parlamenta, u gradu Colombo, koji je ujedno i najveći, nalazi se sjedište vlade i suda (Šri Lanka, 2019).

Brojne su turističke atrakcije na ovom otoku posebno zbog izražene tropske vegetacije koja zbog svoje raskoši nudi jedinstvene doživljaje prirode. Posjetitelji mogu uživati u Nacionalnom parku Yala koji je dom raznim divljim životinjama, gledati bijele kitove, posjetiti bivši vulkan Sigiryja, vidjeti Galle Fort, Colombo, Ella, Hikkaduwa plažu te mnoga druga mjesta (Welcome to Sri Lanka, 2019). Šri Lanku je u 2018. godini posjetilo 2,333,796 turista. Najviše posjetitelja bilo je u mjesecima od prosinca do ožujka (Monthly Tourist Arrivals Report, 2019). Gosti Šri Lanke mogu samostalno uživati u njezinim bogatstvima ili angažirati turističkog vodiča koji im olakša razgledavanje. Angažiranje se može obaviti osobno ili putem interneta.

Ovisno o tome koliko turisti žele da vodič vremenski bude s njima, toliko će morati izdvojiti novaca. Ukoliko žele vodiča na jedan sat, izdvojit će od 10 do 20 dolara, a ukoliko ga žele cijeli dan, odnosno osam sati, izdvojit će od 40 do 80 dolara (Tour Guides in Sri Lanka, 2019).

Turistički vodiči Šri Lanke susreću se sa mnoštvo problema u svome poslu (Rudmi Chehanika Sandaruwani, 2016: 62). Oni koji se posebno ističu su: nelojalna konkurencija od strane nelicenciranih turističkih vodiča, nisko poštovanje i priznanje iz društva, niske plaće, nedostatak sigurnosti posla, siromašni i neprijateljski uvjeti rada za vrijeme obavljanja svojih dužnosti i odgovornosti. Turistički vodiči mogu raditi kao freelanceri koje turistička agencija angažira po potrebi ili mogu biti zaposleni u agenciji te raditi kružna putovanja. Vodiči koji su trajno vezani za agenciju obično dobivaju neku vrstu dodatka koja u većini slučajeva nije dostatna u usporedbi s uslugom koju oni nude agenciji. Iz tog razloga, vodiči mogu dobivati provizije putem turističkih kupovina i napojnica ali ne smiju prisiljavati turiste na dodatan trošak. Na Šri Lanci postoji mit koji kaže da žene ne mogu preživjeti u turističkoj industriji. Možda je to razlog zašto je znatno manji broj žena zaposleno kao turistički vodič, ali jedno je sigurno a to je da je ženama i danas

svakodnevni izazov probiti se u ovom poslu te biti ravnopravne sa muškarcima (Rudmi Chehanika Sandaruwani, 2016a: 68). U današnjem svijetu u kojemu se teži ravnopravnosti između muškaraca i žena, nažalost žene u Šri Lanci još se uvijek bore s tim problemom.

Još jedan izazov svim vodičima je tijekom interpretiranja na mjestima obilaska u isto vrijeme obraćati pozornost na prosjake i lopove koji ometaju i pokušavaju opljačkati grupu. Za turističke vodiče koji su zaposleni u turističkim agencijama i odlaze na putovanja često zna biti problem kasnog primitka informacija o putovanju. U takvim situacijama vodiči se ne stignu dovoljno pripremiti za posao što može utjecati na kvalitetu pružanja usluge. Problem je i kasno javljanje o otkazivanju putovanja, posebno freelancerima koji su možda propustili priliku za obavljanje nekog drugog posla. Ponekad se problemi javljaju i u poslovanju s vozačima koji znaju biti neljubazni i neprofesionalni u svome poslu posebno kada je riječ o dijeljenju provizije sa vodičem. Također, mnogi turistički vodiči imaju nisko obrazovanje i obuku, te stoga pružaju nisku kvalitetu usluge. Osim toga, ponašanje vodiča može negativno utjecati na održivost industrije ukoliko prisiljavaju turiste na kupovinu stvari ili prisustvovanje aktivnostima o svom trošku, demonstriraju nedovoljno znanja o turističkim proizvodima, uslugama i pristupnim rutama, loše su upućeni u strane jezike, naplaćuju i zahtijevaju napojnice te uznemiravaju turiste. Jedan od glavnih problema u obavljanju posla turističkog vodiča je nedostatak intelektualnih vještina. Većina turističkih vodiča Šri Lanke obavlja posao samo sa osnovnim obrazovanjem koje nadograđuju stjecanjem iskustva. Česti su slučajevi u kojima turiste po lokalitetima vode vodiči koji uopće nemaju licencu. Upravo su žalbe na takve osobe najbrojnije. Međutim, često nelicencirani vodiči imaju uspješniji pristup i nastup pred turistima od onih licenciranih jer imaju višegodišnje iskustvo kroz koje su stekli i veće samopouzdanje. No to nije dovoljno, potrebno je takav pristup potkrijepiti točnim i zanimljivim informacijama koje se uče na dodatnim edukacijama. Bez njih nelicencirani vodiči pružaju oskudne informacije o određenoj turističkoj destinaciji ili proizvodu te često znaju davati lažne informacije ukoliko ne znaju točan odgovor na turistovo pitanje. Osim toga, poznavanje stranih jezika nužno je za ovaj posao, a upravo se turističke agencije Šri Lanke suočavaju sa problemom pronalaska kvalificiranih vodiča za kineska, japanska, korejska, ruska, španjolska i francuska tržišta u usporedbi s ostalim jezicima (Rudmi Chehanika Sandaruwani, 2016b: 68-71). Ponekad su nažalost nelicencirane osobe koje ilegalno obavljaju posao turističkog vodiča izrazito talentirane i govore neke od navedenih jezika za koje je teško pronaći licenciranog vodiča. Takve osobe možda nisu u mogućnosti završiti tečaj iz nekog razloga te posluju ilegalno. Neophodno je uz potporu države legalizirati ili eliminirati takve vodiče jer oni zbog manjka znanja koje nisu stekli na adekvatnom obrazovanju, ostavljaju negativnu sliku destinacije.

### 3.3.5. Hong Kong

Hong Kong je administrativna regija Kine koja se nalazi u jugoistočnom dijelu zemlje sa ukupno 1,106 km² površine (Hong Kong, 2019a). Prema „Worldometer“ u 2019. godini broji 7,449,081 stanovnika i time zauzima 104. mjesto na ljestvici svjetske populacije (Hong Kong Population, 2019). Klima u Hong Kongu je suptropska koju karakteriziraju vruća i vlažna ljeta te svježe i suhe zime sa prosječnom godišnjom temperaturom od 23 °C. Službeni jezici su kineski i engleski. Hong Kong je dugi niz godina bio izrazito produktivno filmsko središte u kojem se 1950-ih godišnje snimilo više od 200 igranih filmova (Hong Kong, 2019b).

Hong Kong nudi pregršt zanimljivih aktivnosti te kulturnih i modernih znamenitosti. Gosti mogu posjetiti brojne muzeje, festivale, hramove, šetati na Tsim Sha Tsui, vidjeti Otok Lantau - Ngong Ping, Stanley, Hong Kong Disneyland te mnoštvo drugih zanimljivih mjesta (Top 10 Attractions, 2019). Hong Kong je u 2018. godini posjetilo 65,147,555 turista što je povećanje od 11,4% u odnosu na godinu ranije. Od ukupnog broja turističkih dolazaka, noćenje je ostvarilo 29,262,701 ljudi dok je 35,884,854 ljudi Hong Kong posjetilo u sklopu jednodnevnog izleta (Tourism Performance 2018, 2019). Posjetitelji koji žele privatnog lokalnog vodiča na svom razgledu Hong Konga, mogu ga angažirati osobno ili putem interneta.

Vodiči se mogu angažirati na jedan sati ili na cijeli dan, odnosno na osam sati. Cijena jednosatnog vođenja je između 15 i 30 dolara, a cjelodnevnog između 70 i 130 dolara. (Hong Kong Tour Guides, 2019)

U Hong Kongu vodiči se susreću sa raznim izazovima i problemima, često na koje ne mogu osobno utjecati. Problemi poput nedostatka poticaja turističke industrije, nedostatka standarda vezanih za posao, nedovoljni programi obuke i besplodni sustavi nadgledanja svi su elementi koji doprinose nemogućnosti turističkog vodiča da unaprijedi svoje iskustvo i vještine tumačenja, usporavajući tako uspješan razvoj turizma (Ababneh, 2016d: 6-14). Ključna pitanja i problemi turističkih vodiča u Hong Kongu su: varijabilne razine profesionalnosti, potencijalni problemi koji proizlaze iz nezdravih industrijskih praksi, potreba za certifikatom, sustav registracije ili licenciranja; odsustvo praćenja rada turističkog vodiča i aktivniju i vidljivu ulogu koju mora preuzeti lokalna Udruga turističkih vodiča. Često se vodiče optužuje da prisiljavaju goste da kupuju u određenim trgovinama kako bi oni dobili proviziju. Te trgovine su često precijenjene, prodaju lažne proizvode ili proizvode loše kvalitete. Međutim, vodiči koji rade za turističke agencije tvrde da im to naređuje agencija iz razloga što vodiči tu proviziju moraju dijeliti sa agencijom. Često se događa da agencija zadrži cijeli iznos provizije. Oni vodiči koji to ne žele raditi smatraju se lošim zaposlenicima

agencije. Osim navedenog, turistički vodiči se svakodnevno susreću sa problemom po pitanju svog statusa u društvu budući da je on poprilično nizak. Razlog tome je negativna slika o turističkim vodičima budući da većina ljudi smatra da je vodičima u opisu posla voditi turiste u kupovine. Naravno da to nije posao vodiča. Posao vodiča je znatno složeniji, zahtjevniji i dinamičniji ali je u Hong Kongu nažalost potplaćen (Ap, Wong, 2001: 551- 559). Složenost posla turističkog vodiča implicira na barem donekle sličnu plaću svim vodičima u svijetu jer se od njih očekuju jednake sposobnosti, kompetencije i vještine. Često to nije praksa pa su tako turistički vodiči Hong Konga koji su zaposleni u agencijama plaćeni ispod prosjeka. Budući da svi ljudi prvenstveno rade radi ostvarivanja prihoda, ovakve situacije mogu dovesti do velikog nezadovoljstva koje bi rezultiralo davanjem otkaza te manjkom vodiča za određene destinacije.

Tablica 7. Cijene najma turističkih vodiča po državama

| DRŽAVA | CIJENA JEDNOSATNOG NAJMA TURISTIČKOG VODIČA* | CIJENA CJELODNEVNOG NAJMA TURISTIČKOG VODIČA* |
|---|---|---|
| **JORDAN** | **20 - 50** | **100 - 200** |
| **KINA** | **20 - 50** | **100 - 350** |
| **EGIPAT** | **10 - 20** | **50 - 180** |
| **ŠRI LANKA** | **10 - 20** | **40 - 80** |
| **HONG KONG** | **15 - 30** | **70 - 130** |

* sve cijene izražene su u dolarima

Izvor: obrada autora.

# 4. TURISTIČKI VODIČI U HRVATSKOJ

Svi turistički vodiči u Hrvatskoj upisani su u Upisnik turističkih vodiča na temelju Zakona o turističkoj djelatnosti. Pravilnik o upisu turističkih vodiča donesen je 24. lipnja 1996. godine i još uvijek je na snazi. Prema Pravilniku o upisu turističkih vodiča, na temelju članka 3; „U Upisnik se upisuju podaci o turističkom vodiču na temelju rješenja o odobrenju nadležnog ureda za pružanje usluga turističkog vodiča, kojim je utvrđeno da turistički vodič ispunjava propisane uvjete. Uz Upisnik vodi se i Zbirka isprava." Na temelju članka 7 istog pravilnika, „Na omotu Zbirke isprava, ispod naslova *Zbirka isprava*, upisuje se ime i prezime turističkog vodiča, adresa turističkog vodiča i brojčana oznaka pod kojom je upis obavljen. U Zbirku isprava odlaže se po jedan primjerak: zahtjeva za izdavanje rješenja o odobrenju i dokaza priloženih uz zahtjev, rješenje o odobrenju, te druge odgovarajuće isprave temeljem kojih su obavljeni naknadni upisi" (Pravilnik o upisu turističkih vodiča, NN 8/1996).

Turistički vodiči u Hrvatskoj mogu se priključiti Zajednici društava turističkih vodiča Hrvatske koja broji ukupno 19 udruga turističkih vodiča diljem zemlje. To su udruge: Udruga turističkih vodiča Rab, Udruga turističkih vodiča Like, Udruga turističkih vodiča Grada Vukovara, Udruga turističkih vodiča Korčula, Udruga turističkih vodiča Rovinj, Udruga turističkih vodiča Bastion-Karlovac, Udruga Moj Osijek, Udruga turističkih vodiča Maloga Lošinja, Udruga turističkih vodiča otoka Hvara, Udruga turističkih vodiča Zadra-Donat, Udruga turističkih vodiča Phoenix-Trogir, Udruga turističkih vodiča Kvarnera, Udruga turističkih vodiča Liburnia, Udruga turističkih vodiča Varaždin, Udruga turističkih vodiča Pula, Udruga turističkih vodiča Mihovil Šibenik, Turistički vodiči Split te Udruga turističkih vodiča Zagreba i srednjohrvatske makroregije. Zajednica društava turističkih vodiča Hrvatske postoji od 2005. godine i svake godine bore se za dobrobit i boljitak svih vodiča u Hrvatskoj, štite ih te nastoje stvoriti uvjete za kvalitetnije turističko predstavljanje, promicati ugled, važnost i identitet Republike Hrvatske. Trenutna predsjednica Zajednice društava turističkih vodiča Hrvatske je Kristina Nuić Prka (O nama, 2019).

Cjenik usluga turističkih vodiča gotovo je jednak u cijeloj zemlji. Razlikuje se ovisno o pojedinim gradovima koji su poznatiji, posjećeniji i imaju lokalitete zaštićene od strane svjetskih organizacija ali i o broju vodiča u pojedinim destinacijama. U radu su navedeni neki gradovi te cijene usluga njihovih turističkih vodiča.

Tablica 8. Cjenik Društava turističkih vodiča i turističkih pratitelja Hvara

| **CJENIK DRUŠTVA TURISTIČKIH VODIČA I TURISTIČKIH PRATITELJA HVARA** | |
|---|---|
| **NAZIV USLUGE** | **CIJENA (bruto, kuna)** |
| **Razgled Grada Hvara**<br>Do 2 sata | 575, 00 |
| **Razgled otoka**<br>5 sati | 863, 00 |
| **Panorama Grada Hvara**<br>Do 3 sata | 670, 00 |
| **Izlet po otoku** | 1.055, 00 |
| **Orijentacijski razgled**<br>1 sat | 422, 00 |
| **Cjelodnevni izlet**<br>Preko 8 sati | 1.500, oo |
| **Transfer**<br>2 sata | 211, 00/ 115,00 |
| **Usluge čekanja**<br>1 sat | 115,00 |
| **Asistencija**<br>1 sat | 211, 00 |
| **Konsekutivno prevođenje**<br>1 sat | 537, 00 |
| **Degustacija vina/ lokalnih proizvoda** | 173, 00 |

Izvor: obrada autora prema *Cjenik* (2019) Hvar guides, http://hvarguides.com/cjenik/ (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

Slika 1. Cjenik Društava turističkih vodiča i turističkih pratitelja Korčule

| R.B. | NAZIV USLUGE | CIJENA |
|---|---|---|
| 1 | **Šetnja po gradu brutto** | |
| | Razgledanje grada bez muzeja u trajanju do 1 sata | |
| | Od 1 do 55 osoba | 416,11 kn |
| | Razgledanje grada bez muzeja u trajanju do 2 sata | |
| | Od 1 do 55 osoba | 624,16 kn |
| 2 | **Razgledanje grada u trajanju do 2 sata** | |
| | Posjet max 2 muzeja | |
| | Od 1 do 19 osoba | 572,15 kn |
| | Od 20 do 55 osoba | 676,18 kn |
| 3 | **Razgledanje grada u trajanju do 3 sata** | |
| | Posjet max 4 muzeja | |
| | Od 1 do 19 osoba | 676,18 kn |
| | Od 20 do 55 osoba | 780,20 kn |
| 4 | **Island tour u trajanju do 4 sata** | |
| | Poludnevni izlet autobusom | |
| | Od 1 do 55 osoba | 780,20 kn |
| 5 | **Island tour u trajanju do 8 sati** | |
| | Cjelodnevni izlet autobusom | |
| | Od 1 do 55 osoba | 1.144,30 kn |
| 6 | **Riviera u trajanju do 4 sata** | |
| | Poludnevni izlet brodom | 780,20 kn |
| 7 | **Riviera u trajanju do 8 sati** | |
| | Cjelodnevi izlet brodom | 1.144,30 kn |
| 8 | **Šetnja kroz Orebić + posjet pomorskom muzeju** | |
| | Razgledanje Orebića u trajanju do 2 sata | |
| | Od 1 do 19 osoba | 624,16 kn |
| | Od 20 do 55 osoba | 728,19 kn |
| 9 | **Pelješka vina u trajanju do 4 sata** | |
| | Poludnevni izlet autobusom | |
| | Od 1 do 55 osoba | 780,20 kn |
| | **Čekanje na grupu zbog kašnjenja a bez pravovremenog obavještenja:** | |
| | do 30 min | 104,03 kn |
| | do 1 sat | 208,05 kn |
| | Cijene su izražene u kunama u bruto iznosu. | |

Izvor: *Cjenik društva turističkih vodiča i turističkih pratitelja Korčule* (2019) Vodiči Korčule, http://vodicikorcule.com/wp/cjenik-usluga?fbclid=IwAR2miELIO3rGXBW9oeBxo7WLmFz2BfQyo6hYiGAhBK0svNDY4Yc2j_WGmO0 (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

Slika 2. Cjenik usluga turističkih vodiča Šibenika

**CJENIK USLUGA / PRICE LIST**

| VRSTA USLUGE | Brutto iznos |
|---|---|
| **Razgledanje grada Šibenika**<br>U trajanju do 2 sata. Stara gradska jezgra + katedrala sv.Jakova | 510,00 kn |
| **Razgledanje grada s panoramom**<br>Stara gradska jezgra + tvrđava sv.Mihovila + samostanski vrt sv. Lovre + katedrala sv.Jakova) | 590,00 kn |
| **Razgledanje grada s umjetničkim zbirkama**<br>Stara gradska jezgra + benediktinski samostan sv.Luce + crkveni muzej sv.Barbare + katedrala sv.Jakova | NOVO!<br>590,00 kn |
| **Poludnevni izlet** u trajanju do 5 sati<br>Razgled grada + sv. Mihovil + Barone | NOVO!<br>750,00 kn |
| **Cjelodnevni izlet** u trajanju do 8 sati | 1.000,00 kn |
| **OSTALE USLUGE I NADOPLATE** | |
| Moguć je razgled grada sa kombiniranim ulazima u objekte po želji naručitelja pri čemu se za svaki pojedinačni ulaz u objekt na osnovni razgled grada plaća dodatnih | 49,56 kn |
| Sat čekanja gostiju (ukoliko čekanje traje duže od 30 min). | 158,62 kn |
| Transfer gostiju (u jednom smjeru) | 317,40 kn |
| Prijevoz vodiča (javnim ili vlastitim prijevozom do 15 km udaljenosti, u jednom smjeru | 20,00 kn |
| Prijevoz vodiča (javnim ili vlastitim prijevozom) do 40 km udaljenosti, u jednom smjeru | 50,00 kn |

Izvor: *Cjenik usluga* (2019) Udruga turističkih vodiča Šibenika, http://www.vodici-sibenik.hr/hrv/cjenik.asp?fbclid=IwAR3MoU5hRAwzWAr1bSVFfY5XViWHJ0jrBJk1UufwtjIIueo5-nhe2VDJ2qA (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

Slika 3. Cjenik usluga turističkih vodiča Splita



Cijene usluga izražene su u kunama. PDV nije uključen u cijenu.

**I. RAZGLED STARE GRADSKE JEZGRE**
Dioklecijanova palača i stari grad; u trajanju do 2 sat
Od 1 do 50 osoba.....550,00

**II. PANORAMA GRADA**
(Stavka I plus panorama autobusom, Marjan ili razgled jednog muzeja, u trajanju do 3 sata)
Od 1 do 50 osoba.....650,00

**III. MUZEJSKA TURA**
(Posjet 2 muzeja, trajanje do 2 sata)
Od 1 do 50 osoba.....525,00

**IV. RAZGLED JEDNOG MUZEJA**
Razgled 1 muzeja u trajanju do 1 sat
Od 1 do 50 osoba.....250,00

**V. RAZGLED SALONE**
Ili Klisa ili Kaštela u trajanju do 2 sata
Od 1 do 50 osoba.....525,00

**VI. RAZGLED TROGIRA**
Od 1 do 50 osoba.....660,00

**VII. RAZGLED SALONE I TROGIRA**
Od 1 do 50 osoba.....830,00

**VIII. POLUDNEVNI IZLET**
U trajanju do 6 sati.....800,00

**IX. CJELODNEVNI IZLET**
U trajanju do 12 sati.....1.050,00

**X. KRUŽNA PUTOVANJA – INOZEMSTVO**
(dnevno) .....1.150,00

**XI. OSTALE USLUGE**
1. TRANSFER
U trajanju do 2 sata.....450,00
Za svaki dodatni sat.....100,00
**2. USLUGE ČEKANJA**
U trajanju do 1 sat.....100,00

Izvor: *Neformalni cjenik usluga Društva turističkih vodiča Split* (2019) Društvo turističkih vodiča Split, https://guides.hr/cjenik/?fbclid=IwAR1xcoiNZqX_PEW8lddVlszzvIWztHCnexFBlk4TxP6IG9SPZqeIbfo_Oe8 (stranica posjećena: 11. rujna 2019.)

Slika 4. Cjenik usluga turističkih vodiča Dubrovnika

1 . PO GRADU:

a) Razgledanje Grada u trajanju do 2 sata — cijena
(Mjesto polaska: Pile-Ploče, max 3 muzeja)
Osoba 1 – 6……480,00
Osoba 7 – 26……520,00
Osoba 27 – 55……590,00

b) Panorama i razgledanje Grada u trajanju do 3 sata
(Mjesto polaska: Pile-Ploče,Gruž,1gradski hotel, max 3 muzeja)
Osoba 1 – 6……610,00
Osoba 7 – 26……650,00
Osoba 27 – 55……720,00

c) Panorama žičarom i razgledanje Grada u trajanju do 3 sata
(Mjesto polaska: Pile-Ploče,Gruž,1gradski hotel, max 3 muzeja)
Osoba 1 – 6……660,00
Osoba 7 – 26……710,00
Osoba 27 – 55……780,00

d) Razgledanje polovice gradskih zidina
(Mjesto polaska :Pile-Ploče, može uključivati i Pomorski muzej)
Osoba 1 – 6……480,00
Osoba 7 – 26……520,00
Osoba 27 – 55……590,00

e) Razgledanje zidina u cijeloj dužini, do 2 sata
(Mjesto polaska: Pile-Ploče, može uključivati i Pomorski muzej)
Osoba 1 – 6……610,00
Osoba 7 – 26……650,00
Osoba 27 – 55……720,00

f) Muzejska tura u trajanju do 3 sata
(Mjesto polaska: Pile-Ploče, max 5 muzeja)
Osoba 1 – 6……630,00
Osoba 7 – 26……670,00
Osoba 27 – 55……740,00

DODATNE USLUGE:

-Ako je mjesto polaska drugačije od navedenog dodatno se naplaćuje, za 1 smjer:
-Gruž, gradski hoteli,do Cavtata, do Slanog……..….95,00
-Molunat, Karasovići,Neum……...200,00
-Orebić, Trpanj……...……300,00
-Panorama autobusom* (1-2 fotopauze), ili žičarom*, do 45 min.....…..130,00
-Panorama brodom (Gruž ili Cavtat – gradska luka) do 45 min……..160,00
-Sat čekanja, bez gostiju, (ako čekanje traje duže od 30 min)…… 95,00
-Asistencija (info-desk, boravak s gostima na večeri,u kupovini i sl)….140,00
-Svaki dodatni sat vođenja po Gradu.....175,00
-Predavanje do 2 sata ……1000,00
NAPOMENA: Ako je panorama osnovna (jedina) usluga .....350,00

2. – KOMBINACIJE RAZGLED GRADA + OKOLICA

a) DO 5 SATI ……..900,00
(npr Žudioska tura;Grad+folklor; Grad + Cavtat, Trsteno, K.Dvori, i sl)
b) DO 6 SATI……1000,00
(npr Grad bez muzeja+Cavtat+snack u Konavlima; Grad+Trsteno+Ston)
c) DO 7 SATI……1100,00
(npr Grad s muzejima+Cavtat+snack u Konavlima; Grad+ručak u Konavlima)
d) DO 8 SATI……1200,00
e) DO 9 SATI……1300,00
f) DO 10 SATI ……..1400,00

3. – IZVAN GRADA

g) TRANSFER
Transfer iz gradskih hotela na brod,večeru, koncert … do 1sat 175,00
Transfer do zračne luke u trajanju do 2 sata……...350,00
Svaki sljedeći sat ……95,00
h) IZLETI
-do 4 sata……..640,00

Izvor: *Cjenik usluga*, Vodiči Dubrovnik, http://www.vodici-dubrovnik.hr/uploads/20181204/cjenik%202019.pdf (stranica posjećena: 11. rujna 2019.)

Iz navedenih tablica vidljivo je da različiti gradovi imaju slične ponude usluga. To je razumljivo s obzirom da su ti gradovi smješteni na različitim geografskim područjima. Samim time imaju drugačiju turističku ponudu budući da se npr. Hvar i Korčula nalaze na otoku. Cijene osciliraju ovisno i o količini raznih spomenika i lokaliteta zaštićenih od strane svjetskih organizacija. Dobra Republike Hrvatske zaštićena UNESCO-om navedena su ranije u radu. Razgled grada sa turističkim vodičem u prosjeku traje 2 sata i iz navedenih tablica vidljivo je da je prosječna cijena za grupu do 55 ljudi oko 600 kuna u bruto iznosu za sve gradove. U ovoj kategoriji najviši iznos ima grad Dubrovnik, a iznosi više od 700 kuna. Panoramski razgled grada najčešće traje do 3 sata

i cijena mu se u navedenim gradovima kreće između 590 i 900 kuna u bruto iznosu. Angažiranje vodiča koji bi proveo cijeli dan sa grupom turista iznosi od 1.000,00 do 1.500,00 kuna ovisno o gradu. Posao turističkog vodiča je nepredvidiv i nema garanciju da će vodič početi sa radom u dogovoreno vrijeme zbog raznih nepredvidivih utjecaja, poput gužve u prometu. Iz tog razloga vodiči naplaćuju kašnjenje grupe odnosno vrijeme koje provedu čekajući ih. Cijena jednog sata kreće se između 115 i 208 kuna u bruto iznosu. Brojne su ostale ponude turističkih vodiča u kojima posjetitelji mogu uživati ali moraju izdvojiti određenu svotu novaca.

## 4.1. Stjecanje licence turističkog vodiča

Svaka osoba koja želi postati turistički vodič, odnosno dobiti dozvolu kako bi obavljala ovaj posao, mora završiti tečaj za turističkog vodiča te položiti stručni ispit. Diljem Hrvatske postoje brojna mjesta na kojima kandidati mogu slušati predavanja. Generalno postoje opća pravila na svakoj instituciji koja pruža mogućnost upisivanja tečaja.

Ta pravila propisana su Pravilnikom o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje (NN 68/2007). Članak 9. spomenutog Pravilnika navodi sljedeće: "Uz prijavu za polaganje stručnog ispita za turističkog vodiča, kandidat je dužan priložiti:

1. Dokaz o uplati iznosa cijene ispita,
2. Dokaz da ima najmanje srednju stručnu spremu,
3. Izjavu za koju županiju/grad odnosno županije želi polagati posebni dio ispita,
4. Dokaz radi oslobađanja od polaganja ispita iz stranog jezika u slučaju iz članka 8. stavka 3. ovog Pravilnika,
5. Dokaz o položenom općem dijelu ispita, ukoliko se kandidat prijavljuje za polaganje samo posebnog dijela ispita."

Stručni ispit sastoji se od dva dijela; opći i posebni dio. Opći dio moraju položiti svi kandidati te nakon toga mogu pristupiti posebnom dijelu ispita. Posebni dio ispita odnosi se na „ ispitnu materiju o turističkim cjelinama pojedine županije iz sljedećih područja:

1. Povijesni razvitak
2. Urbanistički razvitak
3. Gospodarski razvitak
4. Topografska orijentacija

5. Poznate osobe iz područja povijesti, umjetnosti, športa, znanosti i kulture
6. Umjetničke, kulturne i znanstvene institucije
7. Kulturno-povijesni spomenici (kulturna baština)
8. Prirodna baština (osobito zaštićeni dijelovi prirode)
9. Turistička ponuda
10. Manifestacije
11. Ostale zanimljivosti

(2) Sadržaj po pojedinom području posebnog dijela ispitnog programa i broj nastavnih sati utvrđuje ispitna komisija.“ Opći dio ispita „obuhvaća sljedeće predmete:

1. Politički sustav Republike Hrvatske
2. Gospodarski sustav Republike Hrvatske
3. Osnove turizma i uvod u turističko poslovanje
4. Osnove turističkog zakonodavstva
5. Hrvatska povijest
6. Turistički zemljopis Hrvatske
7. Kulturno-povijesni spomenici i druge znamenitosti Hrvatske
8. Kultura govorenja i pisanja
9. Strani jezik
10. Operativno-tehnički poslovi vođenja za turističke vodiče

(2) Ispitni program stručnog ispita za turističkog vodiča po pojedinim predmetima iz stavka 1. ovoga članka dan je u Prilogu 1. koji je sastavni dio ovoga Pravilnika.
(3) Predmeti Kultura govorenja i pisanja i Operativno-tehnički poslovi vođenja za turističkog vodiča uključuju predavanja i vježbe.“ Opći dio ispita jednak je na svim institucijama diljem zemlje, dok se posebni dio ispita razlikuje od županije do županije. Razlika je naravno u lokalitetima, znamenitostima, povijesti i ostalim podacima koji su usko povezani uz svaku županiju. Budući da se svaka razlikuje te obiluje podacima, kako povijesnim tako i modernim, potrebno je položiti posebni dio ispita za svaku županiju. Prema članku 4. slijedi da: „(1) Sjedišta visokih učilišta za koja se osniva ispitna komisija i na kojima se organizira polaganje stručnog ispita za turističke vodiče, u pravilu, su:

- Za Dubrovačko-neretvansku županiju: Dubrovnik

- Za Splitsko-dalmatinsku županiju: Split

- Za Šibensko-kninsku županiju: Šibenik

- Za Zadarsku županiju: Zadar

- Za županije: Primorsko-goransku i Ličko-senjsku: Opatija

- Za Istarsku županiju: Pula

- Za Grad Zagreb, te za županije: Zagrebačku, Krapinsko-zagorsku, Bjelovarsko-bilogorsku, Virovitičko-podravsku, Koprivničko-križevačku, Sisačko-moslavačku, Karlovačku, Međimursku i Varaždinsku: Zagreb

- Za županije: Osječko-baranjsku, Vukovarsko-srijemsku, Brodsko-posavsku i Požeško-slavonsku: Osijek.

(2) Iznimno od stavka 1. ovoga članka ministar nadležan za turizam može, prema ukazanoj potrebi, za organizaciju stručnog ispita za turističkog vodiča za pojedinu županiju odrediti visoko učilište kojem sjedište nije određeno sukladno stavku 1. ovoga članka.“ (Pravilnik o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje, NN 68/2007)

Navedeni pravilnik vrijedi za cijelu Republiku Hrvatsku no institucije koje provode tečajeve imaju pravo odrediti koliko će ukupno vremenski trajati tečaj u njihovoj instituciji. Vremenski period trajanja ovisi o količini podataka u posebnom dijelu ispita budući da neke županije obiluju bogatijom prirodnim i kulturnim sadržajem. Brojne su institucije diljem Hrvatske na kojima se može polagati tečaj. Neke od njih su:

Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku – cijena: 4.500,00 kuna. Županije za koje se može polagati ispit su: Bjelovarsko-bilogorska, Koprivničko-križevačka, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Varaždinska, Brodsko-posavska, Požeško-slavonska, Vukovarsko-srijemska, Osječko-baranjska. Cijena za vodiče koji polažu jednu županiju sa ranije položenim općim dijelom ispita: 2.250,00 kuna (Seminar za turističke vodiče i voditelje poslovnica, 2019).

Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu – cijena: 3.000,00 kuna. Cijena za polaganje jedne županije sa ranije položenim općim dijelom: 1.000,00 kuna (Turistički vodiči i voditelji poslovnica, 2019).

Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku – cijena: 6.625,00 kuna. Cijena za vodiče koji polažu jednu županiju sa ranije položenim općim dijelom ispita: 3.975,00 kuna, a ukoliko su ranije položili

ispit za voditelja poslovnice cijena iznosi: 4.968,75 kuna (Oglas za polaganje stručnog ispita za turističke vodiče za Dubrovačko-neretvansku županiju, 2019).

Zadar: Sveučilište u Zadru – cijena: 7.000,00 kuna. Cijena za vodiče koji polažu jednu županiju sa ranije položenim općim dijelom ispita: 5.000,00 kuna (Turistički vodiči za Zadarsku i Ličko-senjsku županiju, 2019).

Zagreb: Veleučilište Vern – cijena: 3.900,00 kuna. Cijena za polaganje jedne županije sa ranije položenim općim dijelom: 1.600,00 kuna (Turistički vodič, 2019).

Visoka škola za menadžment Aspira – cijena: 4.950,00 kuna. Cijena općeg dijela iznosi 3.450,00 kuna dok je cijena za polaganje jedne županije sa ranije položenim općim dijelom: 1.500,00 kuna (Stručni ispit i seminar za turističkog vodiča – opći dio, 2020).

Split: Visoka škola za menadžment Aspira – cijena: 5.750,00 kuna. Cijena za vodiče koji polažu ispit za Splitsko-dalmatinsku, Šibensko-kninsku ili Dubrovačko-neretvansku županiju sa ranije položenim općim dijelom ispita iznosi 2.200,00 kuna dok je za Zadarsku županiju cijena 3.500,00 kuna (Stručni ispit i seminar za turističkog vodiča – opći dio, 2020).

Sveučilište u Splitu – cijena: 5.950,00 kuna. Cijena za vodiče koji polažu jednu županiju sa ranije položenim općim dijelom ispita: 1.990,00 kuna (Seminar za polaganje stručnog ispita i stručni ispit za turističke vodiče za područje Splitsko-dalmatinske županije, 2019).

Šibenik: Veleučilište u Šibeniku – cijena: 6.400,00 kuna. Cijena za vodiče koji polažu jednu županiju sa ranije položenim općim dijelom ispita: 2.100,00 kuna (Seminar i stručni ispit za turističke vodiče, 2020).

Iz navedenih primjera vidljivo je da cijene tečaja variraju ovisno o mjestu i gradu polaganja. Kako je ranije u radu navedeno, duljina trajanja tečaja i opseg gradiva ovisi o bogatstvu kulturne i prirodne baštine pojedinih županija. Ukoliko neke županije imaju više sadržaja, potrebno je produljiti vrijeme predavanja o čemu onda ovisi i cijena cjelokupnog tečaja. Turistički vodiči koji već imaju licencu ali žele položiti ispit za dodatnu županiju, polažu samo posebni dio.

Institucije koje pružaju usluge tečaja za turističkog vodiča kao i svi vodiči moraju se pridržavati svih zakona, u suprotnom mogu biti kažnjeni. Visina novčane kazne određena je Zakonom o pružanju usluga u turizmu, a kreće se od 10.000,00 do 150.000,00 kuna. Detalji pojedinih prekršaja opisani su u člancima od 61.-og do 68.-og istog zakona (Zakon o pružanju usluga u turizmu NN 68/2007). Svi turistički vodiči moraju poslovati legalno, u protivnom mogu biti kažnjeni navedenim iznosom koji ovisi o težini prekršaja. Vodiči u svakom trenutku obavljanja svog posla

mogu biti provjereni od strane inspektora kojemu su dužni predočiti vlastitu licencu kao i sve potrebne dokumente koji dokazuju legalnost poslovanja.

## 4.2. Turistički vodiči u Gradu Zagrebu

U Zagrebu još od 1973. godine djeluje Društvo turističkih vodiča Zagreba i srednjohrvatske makroregije. U Društvo se može učlaniti svaka osoba koja je prethodno položila ispit za stjecanje licence turističkog vodiča na jednoj od nadležnih institucija. Osoba mora imati licencu koja pokriva područje grada Zagreba i Zagrebačke županije ili drugih županije: Bjelovarsko-bilogorske, Međimurske, Karlovačke, Koprivničko-križevačke, Krapinsko-zagorske, Sisačko-moslavačke, Virovitičko-podravske ili Varaždinske budući da Društvo djeluje i na područjima navedenih županija. Svi članovi moraju plaćati godišnju članarinu, osim počasnih članova koji su oslobođeni te obaveze. Osim toga, svi članovi imaju zadaću podizati ugled Društva kroz izvršavanje svojih dužnosti i ciljeva Društva te moraju biti upoznati sa cjelokupnim radom i materijalno-financijskom poslovanju Društva (Statut Društva turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije, 2015). „Tijela upravljanja Društva su: Skupština, Predsjedništvo, Predsjednik, Tajnik, Nadzorni odbor i Sud časti“ (Statut Društva turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije, 2015). „Sredstva za rad Društva ostvaruju se od:

- članarina;
- dobrovoljnih priloga i poklona;
- sponzorstva;
- organiziranja seminara, predavanja i drugih stručnih skupova;
- gospodarske djelatnosti;
- iz drugih izvora sukladno zakonu“ (Statut Društva turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije, 2015).

Svaki turistički vodič slobodan je učlaniti se u Društvo te na taj način obavljati poslove vođenja turističkih grupa unutar područja za koja su ovlašteni pružati svoje usluge. Cijene tih usluga ovise o vremenskom periodu provedenog s grupom ali i posebnim zahtjevima koje neke grupe imaju. Osim navedenog, cijene se formiraju i ovisno o jeziku na kojem vodič obavlja vođenje te o broju osoba u grupi. Niže je prikazan jedan cjenik usluga turističkih vodiča Zagreba.

Slika 5. Cijene usluga turističkih vodiča Zagreba

| I. RAZGLED GRADA ZAGREBA ( do 3 sata) | Cijena u kunama |
|---|---|
| 1. 1 - 3 osobe | **632,50** |
| 2. 4 – 25 osoba | **747,50** |
| 3. 26 – 55 osoba | **862,50** |
| 4. 56 – 75 osoba | **989,00** |
| **II. TURISTIČKO VOĐENJE SREDNJOHRVATSKE MAKROREGIJE** | |
| 1. Poludnevni izlet (do 6 sati) | **920,00** |
| 2. Cjelodnevni izlet (do 12 sati) | **1.265,00** |
| 3. Višednevni izlet (po danu) | **920,00** |
| **III. OSTALE USLUGE** | |
| 1. Transfer (do 55 osoba) - do 1 sat | **402,50** |
| 2. Transfer (do 55 osoba) - do 2 sata | **460,00** |
| 3. Boravak s gostima ili čekanje (po satu) | **230,00** |
| 4. Izlet u inozemstvo (jednodnevni) | **1.437,50** |
| **IV. UČENIČKE SKUPINE IZ HRVATSKE** | |
| 1. Razgled grada do 3 sata - za grupu do 55 osoba | **690,00** |
| 2. Poludnevni izlet (do 6 sati) | **747,50** |
| 3. Cjelodnevni izlet (do 12 sati) | **989,00** |
| 4. Višednevni izlet (po danu) | **747,50** |

PDV nije obračunat temeljem čl. 90 st. 1 i st. 2 Zakona o PDV-u.

Izvor: *Cjenik usluga turističkih vodiča Zagreba* (2019) Vodiči Zagreb, http://www.vodici-zg.hr/sites/default/files/cjenik.pdf (stranica posjećena: 9. rujna 2019.)

Prema navedenoj tablici i uslugama koje su ponuđene, gledano u neto iznosu, turisti najviše novaca moraju izdvojiti za jednodnevni izlet u inozemstvo u pratnji turističkog vodiča. Cijena te usluge iznosi 1.437,50 kuna. Na drugom mjestu nalazi se usluga cjelodnevnog angažiranja vodiča za koje turisti moraju izdvojiti 1.265,00 kuna te imaju vodiča na raspolaganju maksimalno 12 sati. Što se tiče razgleda grada Zagreba, angažiranje vodiča za grupu od 26 do 55 osoba, grupa mora izdvojiti 862,50 kuna, što bi iznosilo od 16 do 33 kune po osobi. Jeftinije cijene formirane su za učeničke skupine iz Hrvatske do 55 osoba gdje se može uštedjeti oko 300 kuna po grupi. Iz cjenika navedenih gradova najčešće je broj osoba u grupi limitiran na 50. To znači da je za grupu do 50 osoba dovoljan jedan turistički vodič. Za razliku od ostalih navedenih gradova, u Zagrebu je moguće angažirati jednog vodiča za turističku grupu do 75 osoba. U takvim situacijama pred vodičem je izazov u

kojem treba obavljati svoj posao tako da ga svi iz grupe jednako čuju te dobiju jednaku uslugu. U ovakvim slučajevima to je često nemoguće. Razlog tome je što se tako velika grupa kreće po gradu i zaustavlja na različitim mjestima od kojih neka fizički ne mogu prihvatiti toliki broj ljudi kako bi u isto vrijeme vidjeli i čuli ono što vodič interpretira. Jedno rješenje velikih grupa jest korištenje audio opreme. Turistički vodič sa sobom nosi mikrofon u koji priča a svi iz grupe ga čuju kroz slušalice koje su posebnim uređajem bežično spojene na vodičev mikrofon. Često je problem ali i trošak nabava tako velikog broja slušalica i uređaja za sve osobe iz grupe. Drugo rješenje može biti razglas koji vodič nosi sa sobom i olakšava si posao budući da uz pomoć razglasa može govoriti jednakim tonom a u isto vrijeme svi ga mogu čuti. Problem ovog rješenja je ometanje ostalih grupa koje se nalaze u blizini ali i ulazak u crkve budući da se tijekom razgleda njihovih unutrašnjosti zahtijeva tišina. Optimalno rješenje je ograničiti broj osoba u grupi na 50 kako bi vodič mogao što profesionalnije obavljati svoj posao na obostrano zadovoljstvo, i vodiča i turista. Osim razgleda grada, turistički vodiči Zagreba nude i druge usluge, poput turističkog vođenja Srednjohrvatskom makroregijom. Vodiči se mogu angažirati za poludnevne, cjelodnevne ili višednevne izlete od kojih su najskuplji cjelodnevni, a najjeftiniji višednevni izleti koji se plaćaju po danu provedenom s grupom. Turisti mogu naručiti transfer koji je limitiran za jednu grupu do 55 osoba. Osim navedenog, turistički vodiči dodatno naplaćuju čekanje grupe ali i boravak s njima nakon isteka vremena koje je unaprijed dogovoreno. Ove usluge naplaćuju se po satu. Ukoliko grupa želi, može angažirati vodiča da ih prati na cjelodnevni izlet u inozemstvo. U tom slučaju vodič preuzima ulogu voditelja putovanja budući da mu licenca lokalnog turističkog vodiča vrijedi samo na području Republike Hrvatske.

# 5. REZULTATI PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA

## 5.1. Metodologija istraživanja

Postoje tri vrste metodologijskog pristupa: kvantitativni, kvalitativni i kombinacija ovih dviju metoda. Za definirana istraživačka pitanja ovog diplomskog rada najbolje odgovara korištenje kvantitativne metode budući da joj je osnovna svrha putem istraživanja provjeriti postavljene teorije (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010a: 16). Ova metoda omogućuje opsežnije istraživanje jer zahtjeva veći broj ispitanika čime se pojednostavljuje analiziranje rezultata. Metode kvantitativnog pristupa prikupljanja primarnih podataka su: anketa, studija slučaja, analiza sadržaja, intervju, promatranje, intervju fokus grupa, dijagnostičke i projektivne tehnike i ostale istraživačke metode (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010b: 87). Podaci se u ovom radu prikupljaju putem upitnika čime ispitivač ostaje objektivan i pristran. Provedena istraživanja mogu biti iznova analizirana i ponovljena te mogu se uspoređivati sa sličnim istraživanjima. Osim navedenih prednosti postoje i određeni nedostaci kvantitativnog pristupa. Budući da se radi o anketama, pitanja su unaprijed formirana i ponekad ne odražavaju pravo mišljenje ispitanika. Često je to zapravo mišljenje istraživača pa podaci mogu biti površni (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010c: 17-22). Unatoč nedostacima, zbog svojih kvalitetnih značajki, brojne su koristi kvantitativne metode za ovaj rad.

Ciljevi kvantitativnog istraživanja su provjeriti postavljene teorije i hipoteze, otkriti uzročne veze, proučiti razlike među skupinama ili njihovu povezanost. Neka osnovna pitanja koja se postavljaju tijekom istraživanja su utječu li i koliko nezavisne varijable na zavisnu, jesu li i koliko dvije varijable povezane te koje su razlike među skupinama. Što se tiče ispitanika, potreban je veliki broj kako bi statistički rezultati bili vjerodostojniji. Oni zapravo ne pomažu istraživaču u interpretiranju rezultata nego predstavljaju objekte istraživanja pomoću kojih se provjeravaju postavljene teorije. U cjelokupnom istraživanju, uloga istraživača je minimalna budući da se pokušava što je više moguće umanjiti njegov utjecaj na rezultate. Tendencija je isključiti istraživačevo stajalište, poglede i subjektivno mišljenje tijekom analize rezultata. Rezultati se ostvaruju na standardiziranim upitnicima, ostvareni podaci svedeni su na brojeve.

Kako bi se prikupili potrebni podaci u svrhu istraživanja ovog diplomskog rada korišteno je anketno istraživanje uz korištenje anketnog upitnika kao mjernog instrumenta. Anketni upitnik je na hrvatskom jeziku i sastojao se od 40 pitanja od kojih su 34 pitanja zatvorenog tipa, a 6 pitanja otvorenog tipa. Od ukupnog broja pitanja, četiri se odnose na demografske čimbenike ispitanika,

tj. spol, dob, završenu srednju školu i stupanj obrazovanja. Od ukupnog broja pitanja, osobno mišljenje ispitanika tražilo se u 12 pitanja koja su se odnosila na zadovoljstvo edukacijom na pohađanom tečaju, mišljenja o dodatnom obrazovanju, problemima i poteškoćama u radu sa turističkim grupama, odnosila su se na zadovoljstvo poslom vodiča u Zagrebu, mišljenju koliko su turistički vodiči plaćeni za svoj posao te zadovoljstvom rada Turističke zajednice Grada Zagreba. U ostalim pitanjima od ispitanika se tražilo da navedu gdje su položili tečaj za turističkog vodiča, koliko su ukupno trajala predavanja, za koje su strane jezike ostvarili licencu, posjetiteljima kojih zemalja najčešće rade, koji su posebni zahtjevi i poteškoće turističkih grupa s kojima se susreću te s posjetiteljima kojih zemalja najčešće imaju poteškoće.

Unaprijed su definirana pitanja koja su proslijeđena ispitanicima putem interneta. Utvrđeni su kriteriji koje ispitanici moraju zadovoljavati kako bi podaci bili valjani.

Razlikuje se nekoliko vrsta ankete: strukturirani intervju kojeg karakterizira izravna komunikacija, ispunjavanje upitnika od strane ispitanika tzv. „podijeli pa skupi“, putem interneta, poštom ili telefonski (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010d: 103). U ovome radu korišteno je ispitivanje upitnikom putem interneta. U tablici su prikazana neka obilježja upotrebljene metode.

Tablica 9. Obilježja ankete putem interneta

| PRETPOSTAVKA ZA PRIMJENU | ANKETA PUTEM INTERNETA |
|---|---|
| **Osobine populacije koja se istražuje** | Računalno pismeni ljudi koje se može kontaktirati putem elektroničke pošte |
| **Pitanje pouzdanosti** | Visoka |
| **Veličina uzorka** | Velika, ispitanici su geografski raseljeni |
| **Preporučljiva duljina upitnika** | Preporučuje se kraći upitnik |
| **Prikladan tip pitanja** | Zatvoreni tip pitanja |
| **Vrijeme potrebno za prikupljanje podataka** | Dva do šest tjedana |
| **Trošak** | Minimalan |
| **Unos podataka** | Automatski |

Izvor: obrada autora prema Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010.) *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*, Zagreb, M.E.P.

Prikupljeni podaci obrađeni su metodom deskriptivne statistike. Korištena je Microsoft Excel tablica pomoću koje su podaci detaljnije obrađeni budući da se u njoj nalaze svi odgovori ispitanika

i dobiveni rezultati. Dobiveni rezultati prikazani su brojčano i u postocima te tabličnim i grafičkim prikazima kako bi njihovo interpretiranje bilo jednostavnije i preglednije.

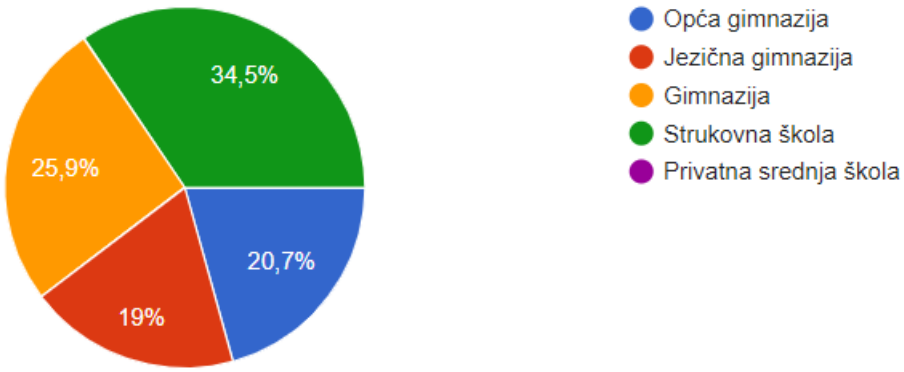
## 5.2. Rezultati istraživanja

Provedeno istraživanje ovog diplomskog rada sintetizirano je i tumačeno kako bi odgovorilo na postavljena istraživačka pitanja. Istraživanje je obuhvaćalo uzorak ispitanika koji su stekli licencu turističkog vodiča za Grad Zagreb i Zagrebačku županiju. Vremenski okvir prikupljanja podataka bio je od listopada 2019. godine do siječnja 2020. godine. Unaprijed definirana pitanja formirana su u upitnik koja su se internetskim putem distribuirala ispitanicima. Podijeljena je putem društvene mreže „Facebook“ u grupe u kojima se nalaze turistički vodiči na raznim geografskim područjima. Grupe služe za međusobno komuniciranje i dijeljenje informacija između turističkih vodiča diljem Hrvatske, kao i savjeta i mišljenja. Rezultati ankete ograničeni su isključivo na korisnike interneta. Prikupljeno je 58 odgovora koji će biti detaljnije analizirani u daljnjem tekstu.

Od ukupnog broja ispitanika 43 su bile žene, što čini 74,1%, dok je muškaraca 15, što čini 25,9%. Najviše ispitanika bilo je u dobi od 25 do 30 godina, 22,4%. Na drugom mjestu nalaze se ispitanici od 19 do 24 godine, 19%, na trećem od 40 do 45 godina, 17,2% te slijede ispitanici u dobnom rasponu od 30 do 35 godina i 35 do 40 koji oboje iznose po 15,5%.

Srednju strukovnu školu završilo je 34,5% ispitanika, 25,9% gimnaziju, 20,7% opću gimnaziju, a 19% jezičnu gimnaziju.

Grafikon 1. Završena srednja škola




Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

Što se tiče stupnja obrazovanja najviše je onih s visokom stručnom spremom (60,3%), jednak broj ispitanika ima višu stručnu spremu i srednju stručnu spremu (17,2%), dok je stručnih specijalista dva (3,4%), a doktora znanosti jedan (1,7%).

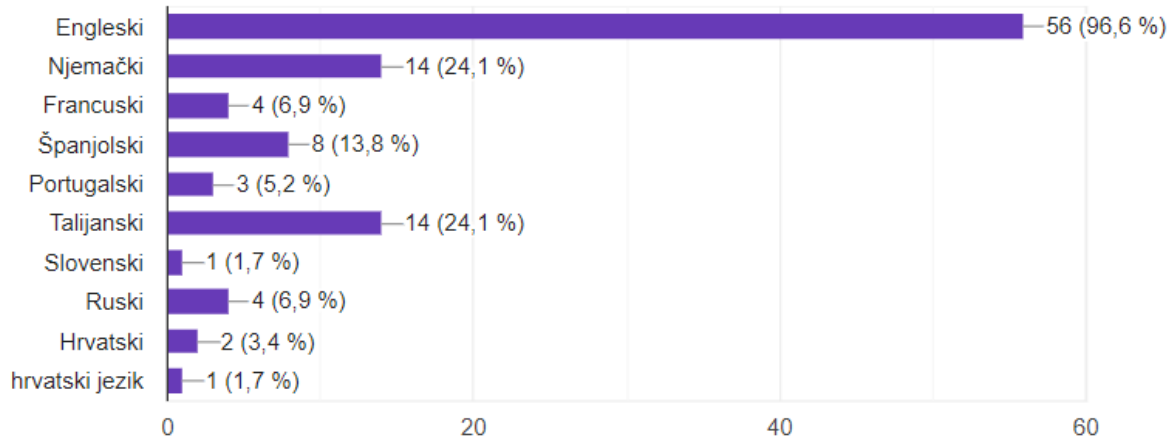
Od ukupnog broja ispitanika, najviše je onih koji se poslom turističkog vodiča bave do 10 godina, čak 63,2%, a 29,8% odgovorilo je da se ovim poslom bave između 11 i 20 godina.

Nešto više od polovice ispitanika tečaj za turističkog vodiča završilo je na Veleučilištu Vern, njih 51,7%, 13,8% na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, a 10,3% na Sveučilištu Libertas, dok su ostali ispitanici tečaj završili na sljedećim institucijama: Visoka škola Aspira, Veleučilište Baltazar, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, PAR, te Ekonomski fakultet Sveučilišta u Osijeku.

Budući da su ispitanici završili tečajeve na različitim institucijama, njihov vremenski period trajanja se razlikuje. Pitanje je bilo otvorenog tipa te se na temelju najčešćih odgovora zaključuje da su predavanja trajala između 3 tjedna i mjesec dana. Pojedini tečajevi trajali su 6 tjedana, 2 mjeseca i jedan semestar. Od ukupnog broja ispitanika 44,8%, odnosno 26 osoba, zadovoljstvo edukacijom na pohađanom tečaju ocijenili su ocjenom 4, a 27,6%, odnosno 16 osoba, bili su u potpunosti zadovoljni edukacijom te su ju ocijenili ocjenom 5. Za vrijeme polaganja tečaja, najveći broj ispitanika ostvarilo je licencu za engleski jezik, čak 56 ljudi što čini 96,6% ukupnog broja ispitanika. Podjednak broj ljudi položili su njemački i talijanski jezik, po 14 ispitanika, dok je 8

ljudi položilo za španjolski. Podudarnost je i kod francuskog i ruskog jezika, po 4 ispitanika za svaki jezik.

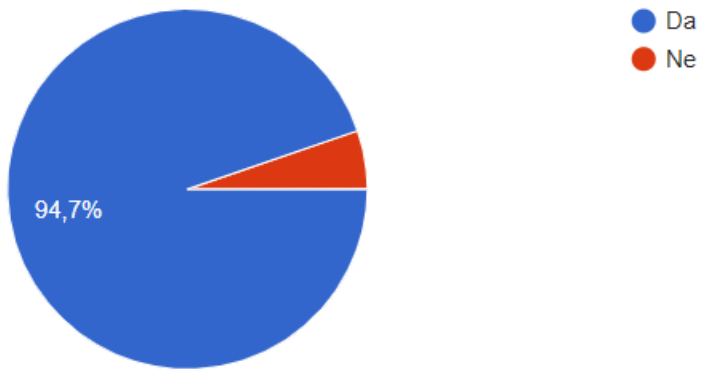
Grafikon 2. Jezici za koje su ispitanici ostvarili licencu




Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

Na pitanje žele li se dodatno obrazovati nakon završenog tečaja, čak 94,7% ispitanika odgovorilo je potvrdno, dok 5,3% ljudi nema tu potrebu.

Grafikon 3. Želja ispitanika za dodatnim obrazovanjem ispitanika nakon završenog tečaja




Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

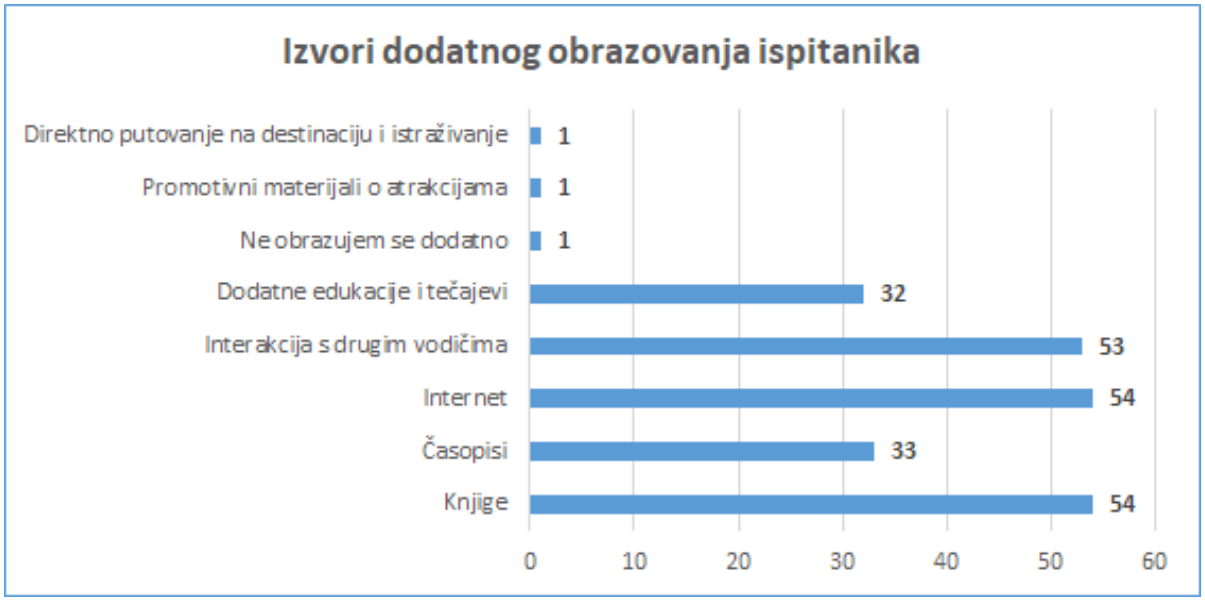
Različita su mišljenja ispitanika tko bi trebao pružati dodatno obrazovanje i na koji način. Najčešće smatraju da bi to trebali biti moderni i stručni turistički vodiči sa dugogodišnjim iskustvom, turističke agencije, visoka učilišta, udruge vodiča i institucije koje pružaju tečajeve za turističkog

vodiča. Osim navedenog, ispitanici su nudili razne odgovore: „Privatna učilišta, Ministarstvo“, „Hrvatska gospodarska komora vodičima, poduzetnicima“, „Tic“, „Bilo tko“, „Osoba koja je stručna u temi koja nas interesira, ali zna prilagoditi našim potrebama“, „Mislim da je sam tečaj manje bitan od rada na sebi, stalnog učenja dobre opće kulture i opće informiranosti“, „Smatram da je potrebno više terenskog rada, a manje teorijskog“, „Interpretatori baštine, osobe koje bi nas obrazovale za govorništvo“, „Odsjeci povijesti i povijesti umjetnosti na Filozofskom fakultetu“.

Za posao turističkog vodiča, potrebno je neprestano usavršavanje znanja pa je tako u anketnom upitniku bilo postavljeno pitanje što bi ispitanici htjeli dodatno naučiti. Odgovori su bili različiti: 19% njih je u stalnoj potrazi za novim informacijama i novostima, 15,8% želi poboljšati pričanje stranih jezika, 14% njih bi još više razvijali svoja znanja o komuniciranju, a ostali žele napredovati u rješavanju sukoba i stresa, žele učiti o povijesti, interpretaciji baštine, gastronomiji, glumi koja bi im pomogla u vođenju, knjigovodstvu, financijama, pticama s lokaliteta, anegdotama i slično.

Od ukupnog broja ispitanika, samo je jedna osoba (1,7%) odgovorila da se nakon završenog tečaja nije dalje obrazovala, dok je 98,3% ispitanika nastavilo svoju edukaciju. Oni koji se dalje obrazuju, najčešće to čine pomoću knjiga i interneta (93,1%), časopisa (56,9%), ili u interakciji s kolegama iz struke (91,4%), te pomoću dodatnih edukacija i tečajeva (55,2%).

Grafikon 4. Izvori dodatnog obrazovanja ispitanika




Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

Dodatno obrazovanje nakon završenog tečaja za većinu ispitanika urodilo je plodom, pa je tako 75,9% njih primijetilo veći uspjeh u poslu, 22,4% ne može procijeniti, a negativnih odgovora nije bilo.

Većina ispitanika smatra da je nužno da se turistički vodiči obavezno dodatno obrazuju nakon završenog tečaja(93,1%), dok su odgovore „ne znam“ i „ne“ odabrali po 3,4% ispitanika.

Sljedeće pitanje u anketnom upitniku bilo je postavljeno kako bi se saznalo s posjetiteljima kojih zemalja ispitanici najčešće rade. S Amerikancima najčešće radi 62,1% ispitanika, s Britancima 43,1%, s domaćim posjetiteljima iz Hrvatske njih 34,5%. Poprilično često rade i s Talijanima (25,9%), Nijemcima (22,4%), zatim slijede Korejci, Indijci, Kinezi, Španjolci, Slovenci, Portugalci, Francuzi, a neki su naveli i Japance, Australce, Kanađane, Brazilce, Izraelce, Nizozemce, Tajlanđane, Singapurce, Ruse, Ukrajince, Latvijce, Argentince, Filipince itd.

Brojni ispitanici susreću se sa posebnim zahtjevima posjetitelja raznih zemalja. U tablici su prikazane neke zemlje.

Tablica 10. Posebni zahtjevi posjetitelja određenih zemalja

| ZEMLJA | POSEBNI ZAHTJEVI |
|---|---|
| **Amerika** | Židovska povijest u Zagrebu, gastronomija, što duži razgled grada, kratke i šaljive informacije, dobiti pravu sliku perioda u vrijeme Jugoslavije |
| **Italija** | Žele uključen ručak, pauzu za kavu, gastronomija, obilazak tržnica, puno pitanja |
| **Španjolska** | Žele mnoštvo priča o ratu, gastronomija, detalji iz svakodnevnog života građana Zagreba, točne upute gdje otići ako se ne snađu |
| **Indija** | Ne žele puno hodati, žele jesti svoju lokalnu hranu, obilazak trgovina za vrijeme razgleda grada, zaustavljanje ispred trgovina radi kupovine |
| **Brazil** | Što više prirodnih ljepota, znamenitosti, kultura, što točnije orijentacijske upute za |

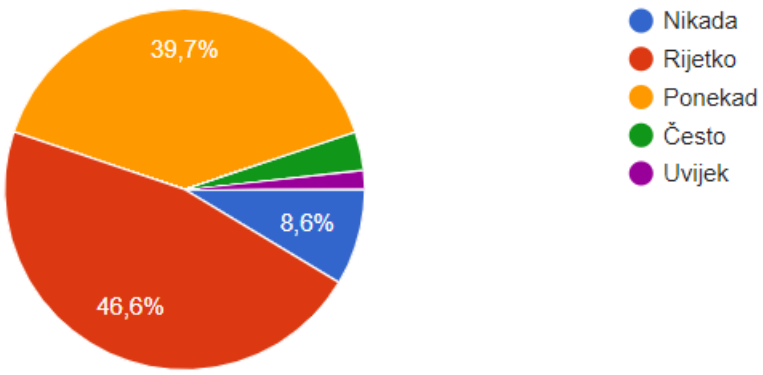
| | |
|---|---|
| | dolazak do određenih sadržaja preporučenih za slobodno vrijeme, puno kupovanja u trgovinama odjećom |
| **Makedonija** | Detalji o sportu |
| **Kanada** | Što detaljnije informacije tijekom razgleda grada |
| **Koreja** | Samostalno vođenje razgleda grada od strane pratitelja putovanja, što kraći razgled sa puno fotografiranja |

Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

Osim u tablici navedenih zemalja, ispitanici su odgovarali da su zahtjevi brojnih grupa jednaki, a najčešće su to: slobodno vrijeme za kupovinu suvenira i fotografiranje, žele bolje sanitarne uvjete, besplatan parking te obavljanje razgleda u kratkom vremenu.

Ispitanici rijetko (46,6%), ili ponekad (39,7%) nailaze na prepreke koje im otežavaju rad s grupom, a najčešće do toga dolazi s grupama iz Indije, Hrvatske, Koreje, Kine, Amerike, Španjolske i Italije.

Grafikon 5. Postotak ispitanika koji su naišli na prepreke koje im otežavaju rad s grupom.




Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

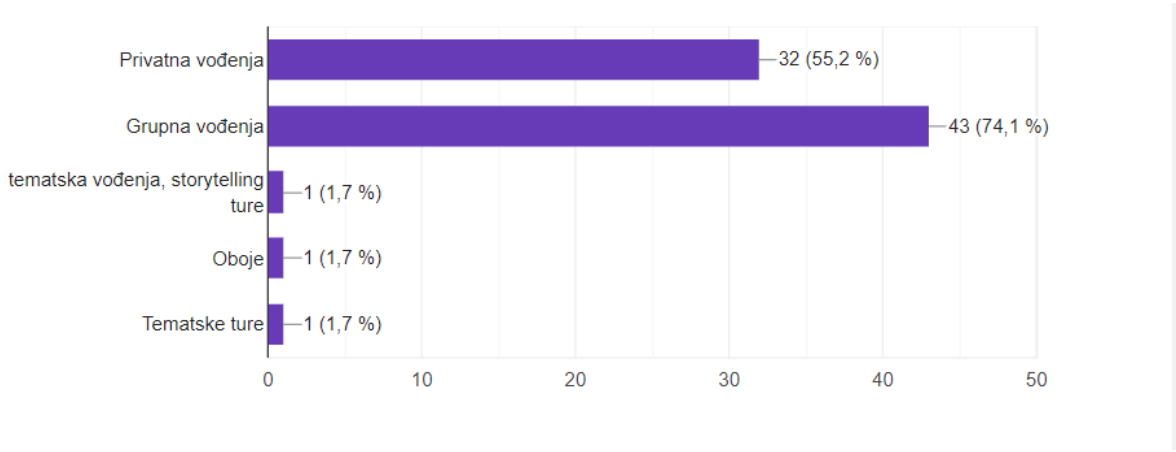
Najčešće prepreke s kojima su susreću su: kašnjenje, neljubaznost, nezainteresiranost, nekultura, problemi u komunikaciji zbog nerazumijevanja stranog jezika od strane turista i pratitelja, nepažnja i slično. Također, mnogi posjetitelji žele izbjeći plaćanje, očekujući besplatne usluge, žale se na

usluge koje dobiju, bezobzirni su prema ostalim članovima grupe te odbijaju shvatiti kakvu su zemlju posjetili i prilagoditi joj se.

Većina ispitanika na poteškoće u radu reagira smireno, 50 ispitanika (86,2%) te nikad ne pokazuju grupi da su pod stresom zbog određene nepredvidive situacije, 47 ispitanika (81%). Od ukupnog broja ispitanika, 6 ih je odgovorilo da na poteškoće u radu reagiraju nervozno, što čini 10,3%, dok je jedna osoba odgovorila da reagira ljuto (1,7%) i jedna da reagira živčano (1,7%). Da su pod stresom zbog nepredvidivih situacija ponekad grupi pokazuje 19% ispitanika, odnosno 11 vodiča.

Od ukupnog broja ispitanika, 43 najčešće obavlja grupna vođenja, 32 privatna vođenja, jedna osoba oboje, dvije tematska vođenja i jedna storytelling ture.

Grafikon 6. Najčešće obavljana vođenja od strane ispitanika




Izvor: obrada autora prema prikupljenim podacima

U pitanju „Smatrate li da su turistički vodiči u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji dovoljno plaćeni za svoj posao“ mišljenja su bila podijeljena pa je tako 55,2% odgovorilo da smatra da nisu, a 44,8% da jesu dovoljno plaćeni. Od ukupnog broja ispitanih 69% ispitanika zadovoljno je svojim poslom u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji, dok ostatak nije i smatra se da postoji previše vodiča na tom području (31%). Radom Turističke zajednice Grada Zagreba zadovoljno je 35,1% ispitanika dok njih 26,3% nije zadovoljno, a 38,6% ne zna odgovor na ovo pitanje. Na pitanje jesu li zadovoljni uključivanjem turističkih vodiča u rad Turističke zajednice Grada Zagreba, 71,9% ispitanika nije zadovoljno, a 28,1% je zadovoljno.

## 5.3. Rasprava o rezultatima istraživanja

U uvodnom dijelu rada dan je prikaz osnovnih komponenti stjecanja licence turističkog vodiča i njihovog rada u Hrvatskoj s naglaskom na Grad Zagreb i Zagrebačku županiju. Poseban osvrt dan je navedenom području iz razloga što provedeno istraživanje u ovome radu obuhvaća ispitanike sa stečenom licencom turističkog vodiča za područje Grada Zagreba i Zagrebačke županije. U istraživanju se putem anketnog upitnika odgovorilo na postavljena istraživačka pitanja:

- *Koje su obrazovne potrebe turističkih vodiča?*

U dijelu demografskog istraživanja uočljivo je da više žena obavlja posao turističkog vodiča na području istraživanja budući da su od 58 ispitanika, 43 bile žene. Upitnik je ispunilo 15 muškaraca. Budući da se upitnik distribuirao putem interneta i društvene mreže "Facebook", postoji mogući nedostatak istraživanja s obzirom da isključuje turističke vodiče koji ne koriste internet i "Facebook". Iz tog razloga, rezultati ovog istraživanja temelje se na ispitanicima koji koriste navedene izvore. Najveći broj ispitanika je u dobi između 25 i 30 godina (22,4%), zatim slijede oni između 45 i 55 godina (19%) i na trećem mjestu nalaze se vodiči u dobi između 40 i 45 godina (17,2%). Poslom turističkog vodiča bave se i mladi ljudi i oni srednje životne dobi, no veći je broj onih iznad 40 godina. Ispitanika u životnoj dobi od 40 do 55 godina bilo je 21 dok je vodiča između 25 i 30 godina zapravo 13. Na temelju navedenih podataka, zaključuje se da posao turističkog vodiča više obavljaju osobe od 40.-te godine i starije nego one mlađe životne dobi. Zanimljivo je ipak da ovaj posao odrađuju i mlađi i stariji ljudi što znači da je gotovo jednako privlačan ljudima različite životne dobi. Od ukupnog broja ispitanika, 34,5% završilo je strukovnu školu, 25,9% gimnaziju, konkretno opću gimnaziju završilo je 20,7% ispitanika dok je jezičnu gimnaziju završilo 19% vodiča. Odnos završene strukovne škole i gimnazije u provedenom istraživanju je 34,5/65,6%, odnosno strukovnu školu pohađalo je 20 ispitanika, a gimnaziju 38. Ovi podaci impliciraju na to da su tečaj za turističkog vodiča odlučili položiti više oni koji nakon srednje škole nisu ostvarili strukovno obrazovanje na temelju kojeg mogu početi raditi. Međutim, najveći broj ispitanika ima visoku stručnu spremu (60,3%) što znači da je većina odlučila nastaviti svoje školovanje nakon srednje škole, a ujedno i završiti tečaj za turističkog vodiča. Višu stručnu spremu ima 17,2% ispitanika, jednako kao i srednju stručnu spremu. Poslom turističkog vodiča bave se dvije osobe stručni specijalisti te jedna doktor znanosti. Navedeni rezultati prikazuju da se ovim poslom najmanje bave ljudi visokog obrazovanja, dok je najviše onih sa visokom stručnom spremom.

Svoje iskustvo dugogodišnjim radom ovog posla steklo je tek 3 ispitanika koji se njime bave od 21 do 30 godina. Najveći broj ispitanika posao turističkog vodiča obavlja do 10 godina, 36 ispitanika,

a od 11 do 20 godina ovim poslom bavi se 17 ispitanika. Ovaj odgovor sugerira da se rijetki vodiči ovim poslom bave dugo što potvrđuje dinamičnost i zahtjevnost ovog posla. Kako bi stekli licencu turističkog vodiča, najveći broj ispitanika tečaj je završio na Veleučilištu Vern (51,7%), zatim na Sveučilištu u Zagrebu na Ekonomskom fakultetu i Veleučilištu Baltazar (13,8%) te na Sveučilištu Libertas (10,3%). Jedan ispitanik odgovorio je da je tečaj završio na Sveučilištu u Osijeku na Ekonomskom fakultetu te jedan na Visokoj poslovnoj školi PAR (Poslovna akademija Rijeka). Na temelju ostvarenih rezultata, prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika edukacijom na pohađanom tečaju iznosi 3,9. Vodiči koji su tečaj pohađali na Veleučilištu Vern, ocijenili su ga prosječnom ocjenom 3,6 što je ispod prosječne ocjene zadovoljstva. Tečaj na Sveučilištu u Zagrebu na Ekonomskom fakultetu prosječno je ocijenjen sa ocjenom 4 koja se nalazi iznad prosječne ocjene zadovoljstva. Na Sveučilištu Libertas tečaj je ocijenjen prosječnom ocjenom od 3,6 dok je najbolju ocjenu dobilo Veleučilište Baltazar sa 4,3 što je iznad prosjeka zadovoljstva ispitanika. Zaključuje se da iako najviše ljudi pohađa tečaj na Veleučilištu Vern nisu njime najzadovoljniji. Što znači da najpohađaniji tečaj nije i onaj kojim su vodiči najviše zadovoljni. Na pitanje koliko su ukupno trajala predavanja na tečaju odgovori su bili raznoliki budući da je pitanje bilo otvorenog tipa. Najviše ispitanika odgovorilo je da su tečaj na Veleučilištu Vern pohađali mjesec dana, zatim tri tjedna te dva mjeseca. Većina vodiča dala je dvosmislene odgovore koji spadaju pod nevaljan uzorak. Na Sveučilištu u Zagrebu na Ekonomskom fakultetu i Sveučilištu Libertas, najviše ispitanika odgovorilo je da je tečaj pohađalo mjesec dana. Ispitanici koji su tečaj pohađali na Veleučilištu Baltazar, najčešće su odgovorili da su ga pohađali 2 mjeseca. Na temelju odgovora zaključuje se da tečaj za ostvarivanje licence turističkog vodiča traje između jednog i dva mjeseca što je relativno kratak period u kojem se moraju usvojiti znanja općeg i posebnog dijela ispita te nakon polaganja odmah biti u mogućnosti samostalno voditi turističke grupe. Na tečajevima su turistički vodiči u najvećem broju ostvarili licencu za engleski jezik, čak 56 ispitanika. Po 14 ispitanika licencu je ostvarilo za njemački i talijanski jezik, 8 ispitanika za španjolski jezik te po 4 ispitanika za ruski i francuski jezik. Ovi odgovori potvrđuju činjenicu da najviše vodiča govori engleski jezik. Veći broj vodiča govori i njemački i francuski jezik dok je vodiče sa licencom za španjolski, ruski, francuski, portugalski i slovenski teže pronaći. Ovi rezultati konstatiraju da vodiči sa licencom za engleski jezik imaju znatno veću konkurenciju od onih sa licencom nekog drugog stranog jezika.

Nakon završenog tečaja, 54 ispitanika želi se dodatno obrazovati dok se 57 ispitanika uistinu dodatno obrazuje. Najčešći izvor stjecanja novih znanja su im knjige i internet (93,1%) ali i interakcija s drugim vodičima (91,4%). Putem časopisa dodatno se obrazuje 56,9% vodiča, a na

dodatne edukacije i tečajeve ide 55,2% vodiča. Knjige i internet najdostupniji su izvor a razgovorom sa drugim vodičima stječe se praktično znanje budući da vodiči prenose svoje iskustvo direktnog rada sa turističkim grupama. To je posebno korisno kada je riječ o vodičima koji rade na istom području sa grupama iz istih zemalja. Time se može naučiti puno detaljnih i praktičnih informacija korisnih za vlastito vođenje turističkih grupa. Unatoč dodatnoj edukaciji, nisu svi ispitanici primijetili veći uspjeh u svome poslu. Onih koji su ga primijetili ima 75,9%, dok 22,4% ne može procijeniti takvo poboljšanje. Svim vodičima potrebno je omogućiti dodatno obrazovanje iz područja za koja su najviše zainteresirani. Na pitanje što bi htjeli dodatno naučiti odgovori su bili različiti: 19,3% ispitanika je u potrazi za novim informacijama i novostima, 15,8% želi poboljšati pričanje stranih jezika, 14% vodiča želi razvijati komunikaciju, 12,3% želi naučiti kako se bolje nositi sa stresom dok ostali žele učiti o povijesti, interpretaciji baštine, gastronomiji, glumi koja bi im pomogla u vođenju, knjigovodstvu, financijama, pticama s lokaliteta, anegdotama i slično.

- *Postoje li razlike između potreba skupina turista s obzirom na zemlju dolaska?*

Sa posjetiteljima iz Amerike radi 36 ispitanika, Velike Britanije 23 ispitanika, Hrvatske 20 ispitanika, Italije 15 ispitanika, Koreje i Indije po 14 ispitanika i Njemačke 13 ispitanika. Posjetitelje iz Kine dočekuje 11 ispitanika, dok po 10 ispitanika radi sa turističkim grupama iz Španjolske, Australije i Slovenije. Ostale zemlje iz kojih dolaze posjetitelji na područje Grada Zagreba i Zagrebačke županije su: Portugal, Francuska, Kanada, Novi Zeland, Singapur, Japan, Nizozemska, Hong Kong, Argentina, Tajland, Brazil, Izrael, Malezija, Latvija, Srbija, Filipini, Austrija i Ukrajina. Uspoređujući podatke o stečenim licencama za strane jezike sa posjetiteljima s kojima vodiči rade, jasno je da najveći broj vodiča posluje upravo sa turistima engleskog govornog područja, a to su Amerika i Velika Britanija budući da je najveći broj ispitanika ostvario licencu za engleski jezik. Drugi najzastupljeniji jezici su talijanski i njemački. Na drugom mjestu se po broju odgovora ispitanika s posjetiteljima kojih zemalja najviše rade nalazi Italija što također potvrđuje ranije navedeni podatak o broju licenci za talijanski jezik. Posjetitelji svih navedenih zemalja imaju različite kulture i potrebe tako da se turistički vodiči trebaju informirati koje su to potrebe i navike specifičnih grupa kako bi im pružili što kvalitetniju uslugu. Odgovori na ovo pitanje prilično su raznoliki no postoje neki odgovori koji se odnose na sve grupe s kojima ispitanici rade. Navode sljedeće potrebe turističkih grupa: turisti žele obavljanje razgleda u kratkom vremenu, slobodno vrijeme za kupovinu suvenira i fotografiranje, bolje sanitarne uvjete, besplatan parking, tehničke informacije gdje se nalaze restorani, trgovine, mjenjačnice i slično, savjete koji su najbolji restorani i najposjećenije turističke lokacije u destinaciji. Što se tiče posebnih zahtjeva

individualnih posjetitelja svjetskih zemalja, posebno su za gastronomiju zainteresirani turisti iz Amerike, Italije i Španjolske, dok Portugalci i Indijci žele što više vremena provesti u kupovini. Turisti iz Kanade žele detaljne informacije tijekom razgleda grada, a s druge strane Koreanci žele što kraći razgled sa slobodnim vremenom za fotografiranje. Navedeni rezultati sugeriraju da brojne grupe imaju zajedničke potrebe i zahtjeve što svim turističkim vodičima olakšava posao budući da im je jednostavnije voditi grupe sličnih potreba. Međutim, posjetitelji nekih zemalja imaju jedinstvene potrebe i za vodiče je korisno znati koje su to kako bi se unaprijed pripremili za rad, prilagodili tim turističkim grupama te, koliko je to moguće, uskladili sa njihovim zahtjevima. Unatoč toj prilagodbi, turistički vodiči često nailaze na razne poteškoće u svome poslu. Posebno se ističe problem kašnjenja grupa, neljubaznih posjetitelja, nezainteresiranosti grupe i problem vremenskih uvjeta. Često su tu i neljubazni vozači autobusa ali i neljubazni pratitelji turističkih grupa koji stvaraju poteškoće vodičima u uspješnom obavljanju posla. Na navedene poteškoće u radu vodiči najčešće ne mogu utjecati te moraju obaviti razgled grada ili neku drugu uslugu uz konstantnu prisutnost neke od istaknutih poteškoća. To predstavlja veliki izazov u svakodnevnom radu vodiča budući da svoj posao trebaju obavljati najbolje što mogu, a to je izuzetno teško uz neprekidno sputavanje od strane neke od navedenih poteškoća. Unatoč tome, 86,2% ispitanika na takve smetnje reagiraju smireno, dok 10,3% ispitanika reagira nervozno. Ovo je dobar pokazatelj da su turistički vodiči osobe spremne na rad sa zahtjevnim turistima i okolinom te educirane nositi se s time smireno i profesionalno.

- *U kojoj su mjeri turistički vodiči zadovoljni poslom u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji?*

Svojim poslom u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji zadovoljno je 40 ispitanika (69%), a 18 ispitanika (31%) iskazuje nezadovoljstvo. Unatoč većem broju zadovoljnih vodiča, njih 32 smatra da nisu dovoljno plaćeni za svoj posao dok ih 26 smatra da jesu. Mišljenje 33 ispitanika je da bi za svoj rad za jedan razgled grada sa grupom do 50 ljudi u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji trebali biti plaćeni između 500 i 700 kuna, 16 ispitanika smatra da je to iznos od 300 do 500 kuna, a više od 700 kuna smatra 9 ispitanika. Na temelju navedenih podataka zaključuje se da su turistički vodiči u većini zadovoljni svojim poslom na području istraživanja iako smatraju da bi za njega trebali biti više plaćeni. Ovaj podatak pozitivno utječe na dosadašnji rad vodiča i svih uključenih u taj posao budući da su vodiči iskazali zadovoljstvo trenutnim uvjetima, načinom rada i poslovanja. Također, na temelju ovog rezultata zaključuje se da nije potrebno provoditi veće promjene i preinake u sveobuhvatnom sistemu poslovanja turističkih vodiča Grada Zagreba i Zagrebačke

županije.  U budućnosti se može istražiti čime su to turistički vodiči nezadovoljni kako bi se mogle poduzeti adekvatne mjere za poboljšanje elemenata nezadovoljstva.

Osobe koje su zainteresirane za polaganje tečaja za turističkog vodiča kroz ovo istraživanje imaju uvid u zadovoljstvo trenutnih vodiča institucijama na kojima su oni pohađali tečaj. Pomoću tih rezultata, može se odabrati ona institucija koja je reprezentativna na temelju prikupljenih podataka. Ispitanici ovog istraživanja u prosjeku nisu potpuno zadovoljni edukacijom na tim institucijama te smatraju da je nužno dodatno se obrazovati, što većina i čini. Njihove obrazovne potrebe su visoke i nužne za ovaj posao s obzirom da moraju biti u skladu sa novitetima kako u svojoj zemlji tako i u zemljama iz kojih dolaze njihove turističke grupe.

# 6. ZAKLJUČAK

Danas je turizam jedna od glavnih složenih društveno-ekonomskih pojava. Prisutan je u gotovo svim oblicima gospodarskih i društvenih djelatnosti utječući na cjelokupno društvo i okoliš. Turizam predstavlja putovanje unutar ili izvan domicilne zemlje i uživanje u raznim aktivnostima koje turisti traže na mjestima izvan svog svakodnevnog okruženja. On pomaže izgraditi bolji život milijunima pojedinaca i transformira čitave zajednice. Brojne destinacije cijelu godinu planiraju svoju turističku ponudu koju svakodnevno usavršavaju i usklađuju sa novim trendovima. Kako bi turistička ponuda jedne destinacije bila potpuna, važno je imati turističke vodiče koji će turistima pružati usluge interpretacije lokaliteta, kulturnih dobara, umjetničkih djela, znamenitosti i povijesnih ličnosti, prirodnih rijetkosti i ljepota te cjelokupnu kulturu posjećene destinacije. Kulturu destinacije turističkim grupama najbolje može prenijeti upravo lokalni vodič budući da on ima najprisniji odnos sa turistima u odnosu na sve ostale turističke djelatnike. Vodič provodi najviše vremena sa grupom, u prosjeku dva sata koliko traje razgled grada, a posebno ako obavlja posao turističkog pratioca jer u tom slučaju dostupan je grupi cijeli dan.

Posao turističkog vodiča dinamičan je i zahtjevan. Za njega je potrebno široko obrazovanje kako bi na što bolji i kvalitetniji način posjetiteljima interpretirali kulturu jedne destinacije. Kako bi osoba postala turistički vodič mora pohađati tečaj za turističkog vodiča na nadležnim institucijama te položiti opći i posebni dio ispita kako bi ostvarila licencu. Ovi uvjeti razlikuju se po svjetskim državama, a u ovome radu detaljnije su obrađeni uvjeti Kine, Južne Afrike i Indije. Uvjeti koji se ističu u Kini su: kandidati moraju biti državljani Narodne Republike Kine, imati završenu srednju školu, srednju stručnu spremu ili više, biti dobrog zdravlja te imati osnovno znanje i sposobnost izražavanja na jeziku na kojem se polaže ispit. Istaknuti uvjeti u Južnoj Africi su: kandidat mora biti državljanin Južne Afrike ili imati valjanu radnu dozvolu, mora proći osposobljavanje kod pružatelja izobrazbe koja nudi programe priznate od SAQA te posjedovati valjane potvrde o prvoj pomoći od institucije koju je priznalo Ministarstvo rada. Posebno se razlikuju naglašeni uvjeti Indije: kandidati moraju imati završen diplomski studij iz bilo koje discipline, ali poželjno je iz umjetnosti, arheologije, povijesti ili kulture što je preduvjet za polaganje ispita. Posebno se očekuje od kandidata sposobnost strpljenja za pomoć i pružanje gostoprimstva te ažurirano znanje o dostupnim sadržajima i uslugama. Neki uvjeti ponavljaju se u navedene tri države ali ipak oni kriteriji koje posebno naglašavaju razlikuju se u svakoj zemlji. Tijekom obavljanja svog posla, gotovo svi vodiči susreću se sa raznovrsnim izazovima. Što se tiče svjetskih zemalja, u radu su prikazani izazovi vodiča Jordana, Kine, Egipta, Šri Lanke i Hong Konga. U Jordanu je glavni

izazov s kojima se susreću turistički vodiči činjenica da njihov radni sustav ne uključuje naknadu za otkazivanje od strane putničke agencije kada se grupno putovanje otkaže iz bilo kojeg razloga. Drugi svakodnevni izazov je pješačenje po strmim i zahtjevnim područjima čime se zaključuje da je posao vodiča u Indiji težak i naporan. U Kini se naglašavaju problemi niske razine obrazovnog postignuća, lošeg sustava osiguranja, žestoke konkurencije zbog koje su vodiči manje plaćeni od strane turističkih agencija i osjećaj manje vrijednosti budući da vodiči u Kini imaju nizak socijalni status. Istaknuti izazovi vodiča Egipta su: sezonalnost, nedostatak predanosti, niska financijska sigurnost i zaštita, visoka stopa prometa osoblja i ne društveni uvjeti zaposlenja te problem velike konkurencije. Šri Lanka je zemlja u kojoj turistički vodiči najčešće imaju problema sa: nelojalnom konkurencijom od strane licenciranih turističkih vodiča, niskim poštovanjem i priznanjem iz društva, niskim plaćama i sigurnosti posla te siromašnim i neprijateljskim uvjeti rada. Posebno se ističe problem nejednakosti između žena i muškaraca gdje žene još uvijek teško napreduju u ovome poslu. U Hong Kongu svakodnevni izazovi vodiča su: nedostatak poticaja turističke industrije, varijabilne razine profesionalnosti, potencijalni problemi koji proizlaze iz nezdravih industrijskih praksi, potreba za certifikatom, sustav registracije ili licenciranja; odsustvo praćenja rada turističkog vodiča. Iako je posao turističkog vodiča u suštini jednak u svakoj zemlji, na uspješnost njegovog obavljanja često utječu razni vanjski čimbenici na koje vodiči nažalost ne mogu utjecati. U Republici Hrvatskoj postoje opća pravila propisana Pravilnikom o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje (NN 68/2007) kojim je jasno definirano tko se može kandidirati za polaganje ispita turističkog vodiča i koje predmete mora položiti kako bi stekao licencu.

Za potrebe diplomskog rada provedeno je istraživanje putem anonimnog upitnika koji je ispitanicima distribuiran putem interneta i društvene mreže "Facebook". Provedenim istraživanjem u radu odgovorilo se na pitanja o obrazovnoj strukturi turističkih vodiča, razlikama između potreba skupina turista s obzirom na zemlju dolaska te ukupnom zadovoljstvu radom turističkih vodiča konkretno na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije. Osim navedenog, istraživalo se o stupnju obrazovanja i razini edukacije koju vodiči stječu na tečaju koji pohađaju na različitim institucijama. Ispitala se povezanost između tih institucija sa razinom obrazovanja i zadovoljstva vodiča pruženim znanjem na pojedinim institucijama. Što se tiče turističkih grupa koje posjećuju navedeno područje istraživanja, analiziralo se koji je najčešći profil grupa s kojim ispitanici posluju, na kakve prepreke i poteškoće nailaze s njima te koji su posebni zahtjevi grupa iz određenih zemalja. Osnovni kriterij ispitanika bio je ostvarena licenca turističkog vodiča isključivo za Grad Zagreb i Zagrebačku županiju.

Na temelju rezultata istraživanja odgovorilo se na postavljena istraživačka pitanja. Kroz nekoliko pitanja putem upitnika ustanovljeno je da ispitanici imaju izraženu potrebu dodatno se obrazovati nakon završenog tečaja što većina vodiča uistinu i čini. Osnovni izvori dodatne edukacije su im knjige, internet i interakcija sa drugim vodičima. Ovi podaci govore da su vodiči svjesni da ukoliko žele profesionalno obavljati svoj posao, moraju kontinuirano usavršavati svoje znanje. To je potrebno i u svrhu upoznavanja sa posebnim potrebama i zahtjevima turista iz raznih zemalja svijeta kako bi im se pružala kvalitetna i adekvatna usluga. Osim toga, postoje razlike između potreba skupina turista s obzirom na zemlju iz koje dolaze što aludira na tendenciju svakog vodiča za edukacijom o tim potrebama kako bi se unaprijed pripremili i koliko je to moguće, prilagodili svojim grupama. Time vodiči usavršavaju svoje usluge s ciljem ostvarivanja zadovoljstva turista što je u konačnici i cilj turističkih poslova. Na temelju rezultata istraživanja, većina ispitanika zadovoljna je svojim poslom u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji, čak 40 vodiča što čini 69% od ukupnog broja ispitanika. Na temelju ovog rezultata zaključuje se da nije potrebno provoditi veće promjene i preinake u cjelokupnom sistemu poslovanja turističkih vodiča Grada Zagreba i Zagrebačke županije.

# SAŽETAK

U prvom dijelu diplomskog rada dan je kratak pregled turizma u svijetu i Republici Hrvatskoj sa naglaskom na Grad Zagreb. Posebno je analizirana uloga turističkih vodiča u turističkoj destinaciji te njihove obrazovne potrebe na primjerima Kine, Indije te Južne Afrike. U svom poslu, vodiči se u svijetu svakodnevno susreću sa izazovima koji se prilično razlikuju budući da oni ovise o kulturi i zakonima zemlje u kojoj rade. U radu su navedeni izazovi koji muče turističke vodiče Jordana, Kine, Egipta, Šri Lanke i Hong Konga. Poseban osvrt dan je turističkim vodičima u Hrvatskoj i Gradu Zagrebu, uslugama koje pružaju, postojećim udrugama diljem zemlje te je istaknut rad Društva turističkih vodiča Zagreba i srednjohrvatske makroregije. Detaljnije su analizirani uvjeti koje mora ispunjavati kandidat za pohađanje tečaja za turističkog vodiča te putem Pravilnika o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje navedeni su predmeti općeg dijela ispita koji je jednak za cijelu zemlju i posebnog dijela ispita koji se razlikuje po županijama.

Za potrebe diplomskog rada provedeno je istraživanje putem anonimnog upitnika koji je ispitanicima distribuiran putem interneta i društvene mreže "Facebook". Provedenim istraživanjem u radu odgovorilo se na postavljena istraživačka pitanja o obrazovnoj strukturi turističkih vodiča, razlikama između potreba skupina turista s obzirom na zemlju dolaska te ukupnom zadovoljstvu radom turističkih vodiča konkretno na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije.

Prikupljenim primarnim podacima utvrđeni su osnovni elementi istraživanja koji potvrđju da postoji potreba turističkih vodiča za dodatnim obrazovanjem, postoje razlike između potreba skupina turista s obzirom na zemlju dolaska te potvrđuje da su vodiči zadovoljni svojim poslom na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije.

Prikupljeni podaci iznose se u posljednjem dijelu rada te analiziraju u raspravi o rezultatima istraživanja.

**Ključne riječi**: turistički vodič, Grad Zagreb, tečaj, istraživanje

# SUMMARY

## Tour Guides in Zagreb: from Education to Satisfaction

The first part of the thesis gives a brief overview of tourism in the world and the Republic of Croatia with an emphasis on the City of Zagreb. The role of tourist guides in the tourist destination and their educational needs are specially analyzed by the examples of China, India and South Africa. In their work, guides around the world face challenges that are quite different on a daily basis as they depend on the culture and laws of the country in which they work. The paper outlines the challenges that plague the travel guides of Jordan, China, Egypt, Sri Lanka and Hong Kong. Special attention is given to tourist guides in Croatia and the City of Zagreb, the services they provide, existing associations throughout the country, and the work of the Society of Tourist Guides of Zagreb and the Central Croatian Macro region. The conditions that the candidate must satisfy for the tourist guide course are analyzed in more detail, and through the Ordinance on the professional exam for tourist guides and the exam program for tourist escorts are listed the subjects of the general part of the examination, which are the same for the whole country, and the special part, that varies by county.

For the purpose of the thesis, a survey was conducted through an anonymous questionnaire distributed to the respondents via the Internet and the social network “Facebook”. The conducted research in the paper answered the research questions set about the educational structure of tourist guides, the differences between the needs of groups of tourists with regard to the country of arrival and the overall satisfaction with the work of tourist guides specifically in the City of Zagreb and Zagreb County.

The primary data collected are summarized in the last section of the paper and analyzed in the discussion of the research results.



**Keywords**: tourist guide, City of Zagreb, course, research

# LITERATURA

## KNJIGE I ČLANCI


1. Dale, G., Marvell A., Oliver A. (2005.) *Travel & Tourism*, Glasgow, Heinemann educational Publisher
2. Hamilton, J. (2012.) *Thomas Cook The Holiday-Maker,* Velika Britanija, Sutton Publishing Limited
3. Huzjak, B. (2018.) *Uloga turizma u gospodarstvu Hrvatske*, završni rad, Međimursko veleučilište u Čakovcu, Čakovec
4. Mandura, A. (2018.) *Uloga i važnost turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske*, završni rad, Veleučilište u Požegi, Požega.
5. Šimundić, B. (2015.) *Makroekonomske determinante emitivnog turizma i njihov utjecaj na gospodarstva receptivnih zemalja*, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split
6. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010.) *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*, Zagreb, M.E.P.


## INTERNET IZVORI


1. *About WTTC* (2019.) World Travel & Tourism Council, https://www.wttc.org/about/ (stranica posjećena: 11. kolovoza 2019.)
2. *Advent u Zagrebu* (2019.) Advent Zagreb, http://www.adventzagreb.com/ (stranica posjećena: 12. kolovoza 2019.)
3. *China Population* (2019.) Worldometer, https://www.worldometers.info/world-population/china-population/ (stranica posjećena: 4. kolovoza 2019.)
4. *China Tourism: Get Known To Unknown Side Of The Asian Giant* (2005.) Discover China, https://www.discoverchina.com/article/china-tourism (stranica posjećena: 4. kolovoza 2019.)
5. *China Tour Guides* (2019.) Synotrip, https://www.synotrip.com/tour-guides/china (stranica posjećena: 8. kolovoza 2019.)

6. *Chinese Language Course+Tour in China* (2019) Keats Learn Chinese in China, https://keatschinese.com/chinese-language-courses/study-and-tour-yunnan-china/ (stranica posjećena: 22. kolovoza 2019.)

7. *Cjenik* (2019.) Hvar guides, http://hvarguides.com/cjenik/ (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

8. *Cjenik društva turističkih vodiča i turističkih pratitelja Korčule* (2019.) Vodiči Korčule, http://vodicikorcule.com/wp/cjenik-usluga?fbclid=IwAR2miELIO3rGXBW9oeBxo7WLmFz2BfQyo6hYiGAhBK0svNDY4Yc2j_WGmO0 (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

9. *Cjenik usluga turističkih vodiča Zagreba* (2019.) Vodiči Zagreb, http://www.vodici-zg.hr/sites/default/files/cjenik.pdf (stranica posjećena: 9. rujna 2019.)

10. *Cjenik usluga* (2019.) Udruga turističkih vodiča Šibenika, http://www.vodici-sibenik.hr/hrv/cjenik.asp?fbclid=IwAR3MoU5hRAwzWAr1bSVFfY5XViWHJ0jrBJk1UufwtjIIueo5-nhe2VDJ2qA (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

11. Dave, Deb (2019.) *13 exciting things to do in Jordan that will make you want to pack your bags now*, The planet, https://theplanetd.com/things-to-do-in-jordan/ (stranica posjećena: 20. kolovoza 2019.)

12. Desjardins, J. (2018.) „Map: The World's Top Countries for Tourism", Vizual capitalist, https://www.visualcapitalist.com/map-worlds-top-countries-tourism/ (stranica posjećena: 10. kolovoza 2019.)

13. *Dolasci i noćenja turista u 2018.* (2019.) Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, br. 4.3.2., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm (stranica posjećena: 12. siječnja 2020.)

14. *Egipat* (2019.) Hrvatska enciklopedija, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=17157 (stranica posjećena: 10. kolovoza 2019.)

15. *Egypt* (2019) Egypt Travel, http://www.egypt.travel/en (stranica posjećena: 18.kolovoza 2019.)

16. *Egypt Population* (2019.) Worldometer, https://www.worldometers.info/world-population/egypt-population/ (stranica posjećena: 10. kolovoza 2019.)

17. *Egypt Visitor Arrivals* (2019) Ceicdata, https://www.ceicdata.com/en/indicator/egypt/visitor-arrivals?fbclid=IwAR2aH1u0S3jOQAgDNl93Y0Xo0NVoT-gMSVOYDNt9iPRytqJiY7cniiGupRI (stranica posjećena: 20. kolovoza 2019.)

18. *Global Destination Cities Index 2019* (2019.) Mastercard, https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/09/GDCI-Global-Report-FINAL-1.pdf (stranica posjećena: 22. kolovoza 2019.)

19. *Hong Kong* (2019.) Hrvatska enciklopedija, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=26069 (stranica posjećena: 12. kolovoza 2019.)

20. *Hong Kong Population* (2019.) Worldometer, https://www.worldometers.info/world-population/china-hong-kong-sar-population/ (stranica posjećena: 12. kolovoza 2019.)

21. *Hong Kong Tour Guides* (2019.) Synotrip, https://www.synotrip.com/tour-guides/hong-kong (stranica posjećena: 19.kolovoza 2019.)

22. *How to Become a Tourist Guide in South Africa* (2019) Tourism tattler, https://www.tourismtattler.com/articles/guiding-tourists/how-to-become-a-tourist-guide-in-south-africa/2474 (stranica posjećena: 2. rujna 2019.)

23. *How to be a Tour Guide? Courses & Career Scope* (2019.) India Education, https://www.indiaeducation.net/careercenter/professional-courses/tourist-guide/ (stranica posjećena: 20. kolovoza 2019.)

24. *Indija* (2019.) Hrvatska enciklopedija, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27303 (stranica posjećena: 5. kolovoza 2019.)

25. *India Inbound Tourism Unlocking the Opportunity* (2019.) Yes Bank i Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry, http://ficci.in/spdocument/23082/India-Inbound-Tourism-Knowledge-Paper-ficci.pdf (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

26. *India Population* (2019.) Worlometer, https://www.worldometers.info/world-population/india-population/ (stranica posjećena: 4. kolovoza 2019.)

27. *International Tourism Highlights* (2019.) UNWTO, https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152 (stranica posjećena: 7.siječnja 2020.)

28. *Interview with Hagar Hatata – Private Tour Guide in Egypt* (2019.) Private Guide Bulgaria, https://privateguidebulgaria.com/private-guide-egypt/ (stranica posjećena: 14. kolovoza 2019.)

29. *Introduction to FGASA* (2019.) The Field Guides Association of Southern Africa (FGASA), https://www.fgasa.co.za/default/23/Company%20- (stranica posjećena: 3. rujna 2019.)

30. *Istraži Zagreb* (2019.) Info Zagreb, http://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/kultura/muzeji (stranica posjećena: 16. kolovoza 2019.)

31. *Jordan* (2019.) Hrvatska enciklopedija, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=29323 (stranica posjećena: 6. kolovoza)

32. *Jordan Population* (2019.) Worldometer, https://www.worldometers.info/world-population/jordan-population/ (stranica posjećena: 6. kolovoza 2019.)

33. *Južnoafrička Republika* (2019.) Hrvatska enciklopedija, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=29664 (stranica posjećena: 6. kolovoza 2019.)

34. *Kina* (2019.) Hrvatska enciklopedija, http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=31469 (stranica posjećena: 4. kolovoza 2019.)

35. *Monthly Tourist Arrivals Report* (2019.) Sri Lanka Tourism Development Authority, http://www.sltda.lk/monthly-tourist-arrivals-reports-2019 (stranica posjećena: 17. kolovoza 2019.)

36. *Neformalni cjenik usluga Društva turističkih vodiča Split* (2019.) Društvo turističkih vodiča Split, https://guides.hr/cjenik/?fbclid=IwAR1xcoiNZqX_PEW8lddVlszzvIWztHCnexFBlk4TxP6IG9SPZqeIbfo_Oe8 (stranica posjećena: 11. rujna 2019.)

37. *Nematerijalna dobra upisana u UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva* (2020.) Središnji državni portal, https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=5220 (stranica posjećena: 09. veljače 2020.)

38. *Nepokretna kulturna dobra upisana u UNESCO-ov popis svjetske baštine* (2020.) Središnji državni portal, https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=7243 (stranica posjećena: 09. veljače 2020.)

39. *Obavijest Glavnog ureda Ministarstva kulture i turizma o organizaciji i provedbi ispita kvalifikacije nacionalnog turističkog vodiča za 2019. godinu* (2019) Ministarstvo kulture i turizma Kine, http://sghr26.ata-test.net/site/#/default/index (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

40. *OECD Tourism Trends and Policies 2010* (2010.) OECD iLibrary, https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2010_tour-2010-en#page1 (stranica posjećena: 10. rujna 2019.)

41. *Oglas za polaganje stručnog ispita za turističke vodiče za Dubrovačko-neretvansku županiju* (2019.) Sveučilište u Dubrovniku, http://www.unidu.hr/novost.php?idvijest=10379 (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

42. *O nama* (2019.) Zajednica društava turističkih vodiča Hrvatske, https://www.guidescroatia.hr/index.php/o-nama (stranica posjećena: 1. rujna 2019.)

43. Pravilnik o razdobljima glavne sezone, predsezone, posebne i izvansezone u turističkim općinama i gradovima (2009.) *Narodne novine*, br. 92, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_07_92_2323.html (stranica posjećena: 12. siječnja 2020.)

44. Pravilnik o stručnom ispitu za turističke vodiče i ispitnom programu za turističke pratitelje (2007.) *Narodne novine*, br. 68, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_04_50_1686.html (stranica posjećena: 13. rujna 2019.)

45. Pravilnik o upisu turističkih vodiča (1996.) *Narodne novine*, br. 8, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/nn-62-96Pravilnik%20o%20Upisniku%20turist%20vodi%C4%8Da.htm (stranica posjećena: 7. rujna 2019.)

46. *Predstavljeni rezultati Satelitskog računa turizma (TSA): U 2016. godini unutarnja turistička potrošnja (inozemna i domaća) dosegla je 10,4 milijardi eura* (2019.), Minstarstvo turizma, https://mint.gov.hr/vijesti/predstavljeni-rezultati-satelitskog-racuna-turizma-tsa-u-2016-godini-unutarnja-turisticka-potrosnja-inozemna-i-domaca-dosegla-je-10-4-milijardi-eura/17802 (stranica posjećena: 10. veljače 2020.)

47. Rihelj, G. (2019.) *Kontinentalni turizam se budi: turističke priče kao pozitivni primjeri*, HrTurizam, https://hrturizam.hr/kontinentalni-turizam-se-budi-tri-turisticke-price-kao-pozitivni-primjeri/ (stranica posjećena: 5. rujna 2019.)

48. Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016. (2019.) *Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske*, br. 12.4.1., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/12-04-01_01_2018.htm (09. veljače 2020.)

49. *Seminar i stručni ispit za turističke vodiče* (2020.) Veleučilište u Šibeniku, http://www.vus.hr/?stranice=seminar-i-strucni-ispit-za-turisticke-vodice&id=97 (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

50. *Seminar za polaganje stručnog ispita i stručni ispit za turističke vodiče za područje Splitsko-dalmatinske županije* (2019.) Sveučilište u splitu Ekonomski fakultet, https://www.efst.unist.hr/studiranje/cjelozivotno-obrazovanje/turisticki-vodici (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

51. *Seminar za turističke vodiče i voditelje poslovnica* (2019.) Ekonomski fakultet u Osijeku, http://www.efos.unios.hr/nastava/programi-strucnog-osposobljavanja/seminar-za-turisticke-vodice-i-voditelje-poslovnica/ (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

52. *South Africa Population* (2019.) Worldometer, https://www.worldometers.info/world-population/south-africa-population/ (stranica posjećena: 4. kolovoza 2019.)

53. *Sri Lanka Population* (2019.) Worldometer, https://www.worldometers.info/world-population/sri-lanka-population/ (stranica posjećena: 10. kolovoza 2019.)

54. *Statut Društva turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije* (2015.) Guides of Zagreb, https://guidesofzagreb.com/wp-content/uploads/2019/02/Statut-Drustvo-turistickih-vodica-Zagreba-Zagreb-Tourist-Guide-Association.pdf (stranica posjećena: 10. veljače 2020.)

55. *Stručni ispit i seminar za turističkog vodiča – opći dio* (2020.) Aspira https://www.aspira.hr/cjelozivotno-obrazovanje/turisticki-vodic/ (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

56. *Šri Lanka* (2019.) Hrvatska enciklopedija, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=59869 (stranica posjećena: 9. kolovoza 2019.)

57. *Welcome to Sri Lanka* (2019.) Šri Lanka Travel, https://www.srilanka.travel/ (stranica posjećena: 14. kolovoza 2019.)

58. *The Tour Guide Program* (2019.) Liamoon Courses, https://courses.laimoon.com/course/the-tour-guide-program/jordan ( stranica posjećena: 2.rujna 2019.)

59. *Top 10 Attractions* (2019.) Discover Hong Kong, http://www.discoverhongkong.com/eng/see-do/highlight-attractions/top-10/index.jsp (stranica posjećena: 22. kolovoza 2019.)

60. *Tourist Guide Licence* (2019.) Singapore Tourism Board, https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/assistance-and-licensing/licensing-overview/tourist-guide-licence.html#TouristGuideLicence (stranica posjećena: 8. kolovoza 2019.)

61. *Tour Guides in China* (2019.) Private Guide, http://www.privateguide.com/en/guides/china/?Language= (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

62. *Tour Guides in Egypt* (2019.) Private Guide, http://www.privateguide.com/en/guides/egypt/?Language= (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

63. *Tour Guides in India* (2019.) Private Guide, http://www.privateguide.com/en/guides/india/?Language= (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

64. *Tour Guides in Jordan* (2019.) Private Guide, http://www.privateguide.com/en/guides/jordan/?Language= (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

65. *Tour Guides in South Africa* (2019.) Private Guide, http://www.privateguide.com/en/guides/south_africa/?Language= (stranica posjećena: 2. rujna 2019.)

66. *Tour Guides in Sri Lanka* (2019.) Private Guide, http://www.privateguide.com/en/guides/sri_lanka/?Language= (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

67. *Tourism Performance 2018* (2019.) Commerce and Economic Development Bureau, https://www.tourism.gov.hk/english/statistics/statistics_perform.html?fbclid=IwAR2ATGbtl7w4RnQDDso7NEwLVz_r5ssvpVolBXtpoVh5snFAt-H6yBcDBL8 (stranica posjećena: 21. kolovoza 2019.)

68. *Tourism 2018* (2019.) Statistics South Africa, http://www.statssa.gov.za/publications/Report-03-51-02/Report-03-51-022018.pdf (stranica posjećena: 22. kolovoza 2019.)

69. *Travel* (2019.) Economic times, https://economictimes.indiatimes.com/industry/services/travel/foreign-tourist-arrivals-rise-5-per-cent-to-1-05-crore-in-2018-report/articleshow/70023821.cms (stranica posjećena: 3. rujna 2019.)

70. *Travel, Tourism and Services* (2019.) Department of Statistics, StatisticalYearbook of Jordan 2018, http://dosweb.dos.gov.jo/DataBank/Yearbook_2018/Tourism.pdf (stranica posjećena: 22. kolovoza 2019.)

71. *Turistički satelitski račun za 2016. godinu* (2019.) Ministarstvo turizma, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/190115_TSA_prezentacija.pdf (stranica posjećena: 09.veljače 2020.)

72. *Turistički vodič* (2019.) Veleučilište Vern https://vern.hr/cjelozivotno-obrazovanje/turisticki-vodic/ (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

73. *Turistički vodiči za Zadarsku i Ličko-senjsku županiju* (2019.) Svečilište u Zadru, https://www.unizd.hr/tikz/tecajevi/turisticki-vodici (stranica posjeća: 12. veljače 2020.)

74. *Turistički vodiči i pratioci* (2019.) mrav.ffzg, http://mrav.ffzg.hr/zanimanja/book/part2/node1505.htm (stranica posjećena: 18. kolovoza 2019.)

75. *Turistički vodiči i voditelji poslovnica* (2019.) Međimursko veleučilište u Čakovcu, https://www.mev.hr/obrazovanje-odraslih/turisticki-vodici-voditelji-poslovnica/ (stranica posjećena: 12. veljače 2020.)

76. *UNESC-ov popis svjetske baštine* (2019.) Croatia, https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/kultura-i-bastina (stranica posjećena: 18. kolovoza 2019.)

77. *Zagrebački advent i ove godine ruši rekorde posjećenosti* (2018.) HrTurizam, https://hrturizam.hr/zagrebacki-advent-i-ove-godine-rusi-rekorde-posjecenosti/ (stranica posjećena: 12. kolovoza 2019.)

78. Zakon o pružanju usluga u turizmu (2007.) *Narodne novine*, br. 68, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_07_68_2066.html (stranica posjećena 18. siječnja 2020.)

79. Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske (2014.) *Narodne novine*, br. 147, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_12_147_2751.html (stranica posjećena: 7. siječnja 2020.)

80. Xinying (2011.) „New rules laid out for tour guides“, China Daily, http://www.chinadaily.com.cn/china/2017-11/03/content_34056942.htm (stranica posjećena: 18. kolovoza 2019.)

81. *2018 China Tourism Facts & Figures* (2019.) Travel China Guide, https://www.travelchinaguide.com/tourism/2018statistics/ (stranica posjećena: 4. kolovoza 2019.)

82. *15 Places in India That Every Tourist Must Visit* (2019.) Tour my India, https://www.tourmyindia.com/blog/top-places-in-india-that-every-tourist-must-visit/ (stranica posjećena: 3. rujna 2019.)

ČASOPISI

1. Ababneh, A. (2016.) „Tourist Guides and Job Related Problems, Analysis and Evidence from Jordan“, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, vol. 18 (2): 5-14.

2. Ap, J., Wong, K. K. (2001.) „Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems“, *Tourism Management*, vol. 22 (5): 551-559.

3. Ashworth, G. J. (1992.) „Is There an Urban Tourism?“, *Tourism Recreation Research*, vol. 17 (2): 3-8.

4. Burušić Barčan, I. (2019.), „Značaj trendova i inovacija u turizmu“, u: *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, vol. 10 (2), https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=334778 (stranica posjećena: 10. kolovoza 2019.)

5. Chen (2006.) „Study on Living Conditions of Tour Guides“, *Journal of Guilin Institute of Tourism*, vol. 5, http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTOTAL-GLGZ200605019.htm (stranica posjećena: 21. kolovoza 2019.)

6. Chowdhary, N., Prakash, M. (2009.), „Tour Guide Training in India: A Comparison of Approach and Content with Other Programs“, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, vol. 8 (2-3): 162-170.

7. Kong, Cheung, Baum (2009.) „Are Tour Guides in China Ready for the Booming Tourism Industry?“, *Journal of China Tourism Research*, vol. 5 (1): 65-73.

8. Milošević, S. (2011.) „Tendencije u urbanom turizmu“, *Fakultet za sport i turizam*, vol. 2011 (5), https://www.tims.edu.rs/wp-content/uploads/2012/05/No.3_Milosevic_TENDENCIJE_U_URBANOM_TURIZMU.pdf (stranica posjećena: 11. siječnja 2020.)

9. Rudmi Chehanika Sandaruwani (2016.) „The Role of Tourists and Their Impact on Sustainable Tourism Development: a Critiqueon Sri Lanka“, *Tourism, Leisure and Global Change*, vol. 3, https://pdfs.semanticscholar.org/43ee/d43e7610672db5c8f5b54ece6dda3e982541.pdf (stranica posjećena: 5. rujna 2019.)

10. Towner, J. (1985.) „The Grand Tour A Key Phase in the History of Tourism“, *Annals of Tourism Research*, vol. 12 (3): 297-300.

11. Yu, X. (2017.) „The Significance and Role of Tour Guide Association in China—Under the Background of Tourism Law“, *Journal of Service Science and Management*, vol 10, https://www.scirp.org/pdf/JSSM_2017041713103295.pdf (stranica posjećena: 19. kolovoza 2019.)

# POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA

## Popis tablica

Tablica 1. Najposjećeniji gradovi svijeta u 2018. godini ..... 7
Tablica 2. Primanja od međunarodnog turizma u 2017. godini ..... 8
Tablica 3. Materijalna kuulturna baština Hrvatske ..... 10
Tablica 4. Nematerijalna kulturna baština Hrvatske ..... 10
Tablica 5. Kategorizacija turističkih vodiča Južne Afrike ..... 25
Tablica 6. Usporedni program obuke turističkih vodiča Indije ..... 28
Tablica 7. Cijene najma turističkih vodiča po državama ..... 38
Tablica 8. Cjenik Društava turističkih vodiča i turističkih pratitelja Hvara ..... 40
Tablica 9. Obilježja ankete putem interneta ..... 54
Tablica 10. Posebni zahtjevi posjetitelja određenih zemalja ..... 59

## Popis grafikona

Grafikon 1. Završena srednja škola ..... 56
Grafikon 2. Jezici za koje su ispitanici ostvarili licencu ..... 57
Grafikon 3. Želja ispitanika za dodatnim obrazovanjem ispitanika nakon završenog tečaja ..... 57
Grafikon 4. Izvori dodatnog obrazovanja ispitanika ..... 58
Grafikon 5. Postotak ispitanika koji su naišli na prepreke koje im otežavaju rad s grupom. ..... 60
Grafikon 6. Najčešće obavljana vođenja od strane ispitanika ..... 61

## Popis slika

Slika 1. Cjenik Društava turističkih vodiča i turističkih pratitelja Korčule ..... 41
Slika 2. Cjenik usluga turističkih vodiča Šibenika ..... 42
Slika 3. Cjenik usluga turističkih vodiča Šibenika ..... 43
Slika 4. Cjenik usluga turističkih vodiča Dubrovnika ..... 44
Slika 5. Cijene usluga turističkih vodiča Zagreba ..... 51

PRILOZI

# ŽIVOTOPIS


OSOBNE INFORMACIJE **Bešker Katarina**

VIII. Trnava 11, 10040 Zagreb (Hrvatska)

(+385) 915156598

katarina.besker@outlook.com

Spol Žensko | Datum rođenja 20. srpnja 1995. | Državljanstvo hrvatsko


## RADNO ISKUSTVO

**01. prosinca 2019.–danas** — Analitičar/analitičarka rizičnosti kredita

Hrvatska poštanska banka, Zagreb (Hrvatska)

**01. ožujka 2018.–danas** — Travel guide

Neogotika, Zagreb (Hrvatska)

- turističko vođenje grupa po Gradu Zagrebu i Hrvatskoj
- odgovornost za grupu
- prenošenje informacija o destinaciji turističkim grupama
- aktivno korištenje engleskog i španjolskog jezika

**05. listopada 2017.–01. listopada 2018.** — Nanny

- Čuvanje i briga za djecu

**01. srpnja 2017.–10. kolovoza 2017.** — Shop salesperson

Peek & Cloppenburg, Zagreb (Hrvatska)

- održavanje jednog odjela u trgovini
- slaganje odjeće na police
- prihvat nove odjeće
- rad s kupcima

**13. svibnja 2016.–21. lipnja 2017.** — Travel guide

Terra Travel, Zadar (Hrvatska)

- turističko praćenje grupa po Hrvatskoj
- odgovornost za grupu
- odgovornost o točnosti dogovorenih termina
- odnosi s odraslima i djecom
- prenošenje informacija o odredištu grupi

**04. ožujka 2016.–22. svibnja 2017.** — Mystery shopper

Heraklea, Zagreb (Hrvatska)

- raznovrsni poslovi tajnog kupca u trgovinama, bankama, poštama, na brodovima

**01. lipnja 2014.–01. rujna 2014.** — Shop salesperson

Pine Beach, Pakoštane (Hrvatska)

- prodavanje suvenira, raznih potrepština, odjeće
- rad na blagajni

- knjiženje računa
- rad s ljudima
- korištenje stranih jezika
- odgovornost za dućan i blagajnu

## OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

01. rujna 2010.–12. svibnja 2014. — razina 6 EKO-a

XVI. Jezična gimnazija, Zagreb (Hrvatska)

Općeobrazovni
- hrvatski jezik, matematika, strani jezici (engleski, španjolski, talijanski)

06. listopada 2014.–25. rujna 2017. — razina 7 EKO-a

### Prvostupnik Kulture i turizma

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Zadar (Hrvatska)

16. listopada 2017.–24. siječnja 2018.

### Turistički vodič

Veleučilište VERN, Zagreb (Hrvatska)

- licenca za turističkog vodiča
- licenca za engleski i španjolski jezik

01. listopada 2016.–danas

### Magistar ekonomije, smjer poduzetništvo

Sveučilište u Zadru, Zadar (Hrvatska)

## OSOBNE VJEŠTINE

Materinski jezik: hrvatski

Strani jezici

| | RAZUMIJEVANJE | | GOVOR | | PISANJE |
|---|---|---|---|---|---|
| | Slušanje | Čitanje | Govorna interakcija | Govorna produkcija | |
| engleski | C2 | C1 | C2 | C2 | C1 |
| | Diploma engleskog jezika: B2 | | | | |
| španjolski | C2 | C2 | C1 | C2 | C2 |
| | Diploma španjolskog jezika: B2 | | | | |
| talijanski | B2 | B1 | B1 | B1 | B1 |
| | Svjedodžba talijanskog jezika: A2 | | | | |
| njemački | A2 | B1 | B1 | B1 | B1 |
| | Diploma njemačkog jezika: B1 | | | | |

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
Zajednički europski referentni okvir za jezike - Ljestvica za samoprocjenu

Komunikacijske vještine: - komunikativnost, odgovornost, fleksibilnost, organiziranost, ljubaznost, savjesnost, timski rad

Organizacijske / rukovoditeljske vještine: - voditeljica tima za organizaciju i promociju studentskog projekta "Ritam kulturizma" 2018. godine

- iskustvo u upravljanju projektom i timom do 10 ljudi, koordinacija zaduženja
- iskustvo u cjelokupnom organiziranju studentskog projekta
- voditeljica otvorenja projekta "Ritam kulturizma" 2018. godine u Hrvatskom Narodnom Kazalištu Zadar

**Poslovne vještine**

- iskustvo u samostalnoj praktičnoj analizi i razradi marketinških aktivnosti za sveučilišni i turistički proizvod
- samostalna razrada i prezentacija promotivne kampanje

**Digitalne vještine**

| SAMOPROCJENA | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Obrada informacija | Komunikacija | Stvaranje sadržaja | Sigurnost | Rješavanje problema |
| Samostalni korisnik | Iskusni korisnik | Samostalni korisnik | Samostalni korisnik | Samostalni korisnik |

Digitalne vještine - Tablica za samoprocjenu

**Ostale vještine**

Položen tečaj za turističkog pratitelja i turističkog vodiča