

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

SAŠA PODLESEK

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**ZNAČILNOSTI TURISTIČNEGA VODNIKA KOT
POSREDOVALCA STORITEV VODENJA**

Ljubljana, september 2003

SAŠA PODLESEK

IZJAVA

Študentka *Saša Podlesek* izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom *mag. Maje Konečnik* in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 18.08.2003

Podpis: _____

KAZALO

1	UVOD	1
2	STORITVE	2
2.1	POMEN STORITVENE DEJAVNOSTI	2
2.2	OPREDELITEV STORITEV	3
2.3	ZNAČILNOSTI STORITEV	3
2.4	RAZVRSTITEV STORITEV	4
2.5	KAKOVOST STORITEV	6
2.5.1	ZAZNANA KAKOVOST STORITEV	6
2.5.2	OCENJEVANJE KAKOVOSTI	7
3	TURISTIČNE STORITVE	7
3.1	SESTAVINE TURISTIČNE STORITVE	8
3.2	KAKOVOST TURISTIČNE STORITVE	9
4	STORITEV TURISTIČNEGA VODENJA	10
4.1	TURISTIČNI VODNIK	11
4.2	TURISTIČNI SPREMLJEVALEC	12
4.3	LOKALNI TURISTIČNI VODNIK	12
4.4	ZAKONSKA PODLAGA V SLOVENIJI	12
4.4.1	ZAKON O POSPEŠEVANJU TURIZMA	12
4.4.1.1	ZAKON O POSPEŠEVANJU TURIZMA IN TURISTIČNI VODNIK	13
4.4.1.2	PREIZKUS ZNANJA ZA PRIDOBITEV LICENCE	14
4.4.1.3	ZAKON O POSPEŠEVANJU TURIZMA IN TURISTIČNI SPREMLJEVALEC	17
4.5	NALOGE TURISTIČNEGA VODNIKA	18
4.6	ODNOS VODNIKA DO OSTALIH UDELEŽENCEV STORITVE	19
4.6.1	ODNOS TURISTIČNEGA VODNIKA DO DELODAJALCA	19
4.6.2	ODNOS TURISTIČNEGA VODNIKA DO POTNIKA – GOSTA	20
4.6.3	ODNOS TURISTIČNEGA VODNIKA DO VOZNIKA	22
4.6.4	ODNOS DO ZAPOSLENIH NA DRUGIH PREVOZNIH SREDSTVIH	23
4.7	ZAKONSKA PODLAGA V DRUGIH DRŽAVAH	23
4.7.1	DRŽAVE EVROPSKE UNIJE	23
4.7.2	MALTA	24
5	RAZISKAVA O ZNAČILNOSTIH TURISTIČNEGA VODNIKA	25
5.1	OSNOVNI IN IZVEDENI CILJI RAZISKAVE IN DOMNEVE	26
5.2	METODOLOGIJA RAZISKAVE	26
5.2.1	RAZISKOVALNI INSTRUMENT	27
5.2.2	POTEK RAZISKAVE	27
5.3	ZNAČILNOSTI VZORCA	28

5.4	PREDSTAVITEV REZULTATOV RAZISKAVE	29
5.4.1	IZVEDENI CILJI	29
5.4.2	DOMNEVE	32
6	SKLEP	38
LITERATURA		41
VIRI		42

1 UVOD

V trenutnem gospodarskem okolju so storitvene dejavnosti, med katere uvrščamo tudi turizem, gonilna sila ekonomskega razvoja večine razvitih držav. Turizem kot aktivnost, ki jo največkrat povezujemo s počitkom, sprostivitvijo, športom, dostopom do kulture in narave, pomeni vir bogastva in zaposlenosti v vsaki državi, kjer je razvit. Hkrati nam predstavlja nenadomestljiv dejavnik samo-izobraževanja, skupne strpnosti in učenja o zakonitih razlikah med narodi in njihovi kulturni raznolikosti.

Tudi v Sloveniji je turizem hitro rastoča gospodarska dejavnost, ki je s sprejetjem Zakona o pospeševanju turizma leta 1998 pridobil na organiziranosti in posledično možnosti za hitrejši razcvet. Zakon o pospeševanju turizma je opredelil s turizmom povezane dejavnosti, med katere prištevamo tudi delo turističnega vodnika in njemu sorodnih poklicev. Profesionalni in izobraženi turistični vodniki lahko namreč dodatno pripomorejo k razvoju turizma v marsikateri regiji, saj poleg vodenja domačih in tujih turističnih skupin pogosto aktivno sodelujejo pri številnih krajevnih prireditvah in dejavnostih. Njihova primarna naloga je vsekakor posredovanje informacij in razlag, vendar vedno več strokovnjakov spoznava, da je globlja in da to primarnost krepko presega.

Turistični vodniki morajo po določilih Zakona o pospeševanju turizma opraviti preizkus znanja oziroma pridobiti licenco za opravljanje dejavnosti vodenja turističnih skupin. V kolikor ga uspešno opravijo, sledi vpis v register turističnih vodnikov pri Gospodarski zbornici Slovenije, Združenju za turizem in gostinstvo. Spoznavanje in osvojitve zakonitosti tehnike sprejema, vodenja in oskrbe turističnih skupin, je poleg organizacijske in vsebinske priprave ter izvedbe posredovanja vsebin, temeljni vzgojno izobraževalni smoter učnega programa usposabljanja za delo turističnega vodnika.

Namen diplomskega dela je predstaviti zakonsko podlago in pogoje za opravljanje dejavnosti vodenja turističnih skupin, podrobneje preučiti delo turističnega vodnika, ki predstavlja strateški faktor v predstavitvi potovalne destinacije in vpliva na kakovost turistične izkušnje vsakega posameznika. Cilj diplomskega dela je s pomočjo raziskave opredeliti značilnosti turističnega vodnika, kot si ga želijo porabniki storitev vodenja.

V poglavju diplomskega dela, ki sledi uvodnemu, so opredeljene storitve. Opredelitev zajema pomen storitvene dejavnosti, definicijo storitev, njihove značilnosti, razvrstitev in zaznavanje kakovosti storitev, ki je pomemben dejavnik pri ocenjevanju s strani porabnikov.

Naslednje poglavje opredeljuje le majhen segment storitev, turistične storitve. Med te uvrščamo med drugim tudi storitev turističnega vodenja, ki je podrobneje predstavljena v tretjem poglavju. V omenjenem poglavju je najprej podana opredelitev pojmov turistični vodnik, turistični spremljevalec in lokalni turistični vodnik, saj pogosto prihaja do njihove neustrezne uporabe.

Temu sledi predstavitev zakonske podlage v Sloveniji, za primerjavo pa je na kratko omenjena še zakonska podlaga v Evropski Uniji in na Malti. Prva primerjava je zanimiva z vidika vključevanja Slovenije v Evropsko Unijo, druga primerjava pa zaradi podobnosti malteške zakonodaje s slovensko in vključevanja obeh držav v evropske integracije. Poglavje se zaključí z opisom preizkusa znanja za pridobitev licence za opravljanje dejavnosti turističnega vodenja, opisom nalog turističnega vodnika in odnosov, ki jih ta vzpostavi tekom potovanja z ostalimi udeleženci, ki sooblikujejo turistično storitev.

Zadnje poglavje diplomskega dela je namenjeno raziskavi o značilnostih turističnega vodnika. Z raziskavo skušam ugotoviti, kakšne lastnosti bi moral po mnenju porabnikov storitev vodenja imeti turistični vodnik, da posreduje kakovostno storitev.

2 STORITVE

2.1 POMEN STORITVENE DEJAVNOSTI

Razvite države se vedno bolj pomikajo proti storitvenemu gospodarstvu, ki doživlja v zadnjih desetletjih neverjeten razcvet. Eksploziven razvoj storitvenega sektorja je posledica vpliva številnih dejavnikov, ki se v grobem razčlenjujejo na demografske, socialne, ekonomske in politične.

V novem tisočletju tako govorimo o novi revoluciji – revoluciji storitev, ki se je šele dobro začela. Revolucija storitev je razvidna tudi iz bruto domačega proizvoda Slovenije, v katerem se je delež storitev v minulih desetih letih podvojil (Potočnik, 2000a, str. 64). Naraščajoči pomen storitev je, po mnenju Potočnika (2000, str. 12), povečal vpliv tega sektorja na oblikovanje ekonomske politike posamezne države. Kljub temu pa je obravnavanje storitev v posamezni državi zelo različno, kar je predvsem posledica razlik v vrstah in stopnji razvoja storitvenega sektorja.

Med storitvene dejavnosti, katerih pomen vedno bolj narašča, uvrščamo tudi turizem. Kovač (2002, str. 7) turizem opisuje kot inspirativen in fascinanten pojav, ki bo v največji meri zaznamoval enaindvajseto stoletje, kot sta nafta in avtomobilska industrija zaznamovali dvajseto. Po njegovem mnenju je znanilec občutljive storitveno - globalne ekonomije, zato lahko nanj, za razliko od ostalih storitvenih dejavnosti, močno vplivajo tudi informacije o lokalnih vojnah, epidemijah, naravnih nesrečah in celo vsakdanjem vremenu in tako hitro usmerjajo individualne odločitve ljudi glede turistične potrošnje. Vse to pa usodno vpliva na poslovne rezultate turističnih podjetij, kroji njihove investicije in celoten obseg turistične dejavnosti. Vse večji poudarek, ki se daje storitvenim dejavnostim, ne pomeni, da se bo v prihodnje zmanjšala proizvodnja in poraba izdelkov. Zanimivo pa je dejstvo, da morajo organizacije, ki se ukvarjajo pretežno s proizvodnjam izdelkov, zagotoviti in upravljati sveženj storitev za svoje kupce. Pri teh organizacijah je sveženj storitev odločilnega pomena za pridobivanje novih in zadržanje starih kupcev (Potočnik, 2000, str. 12-16).

2.2 OPREDELITEV STORITEV

Do osemdesetih let dvajsetega stoletja je obstajalo več opredelitev storitev. Vsem je bilo skupno, da so obravnavale storitve kot fenomen, ki je v domeni storitvenih podjetij. Obdobje različnih definicij se konča, ko Gummesson poda naslednjo opredelitev: »Storitev je nekaj, kar lahko kupimo in prodamo, ne moremo pa prijeti«. Ta opredelitev poudarja eno od bistvenih lastnosti storitev, neotipljivost. Razprave o opredelitvi storitev so do devetdesetih let potihnile, nakar Grönroos storitev opredeli kot proces, ki sestoji iz vrste bolj ali manj neotipljivih aktivnosti, ki potekajo, čeprav ne vedno, med proizvajalcem in porabnikom storitve in omogočijo rešitev porabnikovih problemov (2000, str. 46).

Med temeljne opredelitve storitev danes uvrščamo tiste, ki temeljijo na neoprijemljivosti oziroma nevidnosti storitev (Potočnik, 2000, str. 18). Kotler (1998, str. 464) definira storitev kot dejanje ali delovanje, ki ga ena stran lahko ponudi drugi, ki je po svoji naravi neotipljivo in ne pomeni posedovanja ničesar. Še ena izmed definicij se glasi, da so storitve v osnovi neotipljivi in hitro minljivi sklopi aktivnosti, katere porabniki kupijo, da zadovoljijo svoje potrebe, čeprav jih to ne pelje vedno k materialnemu posedovanju (Kasper, van Helsdingen, de Vries, 1999, str. 13).

2.3 ZNAČILNOSTI STORITEV

Različni avtorji pripisujejo storitvam številne značilnosti oziroma lastnosti, kljub temu pa so enakega mnenja glede treh osnovnih (Grönroos, 2000, str. 47):

- storitve so procesi, sestavljeni iz ene ali več aktivnosti,
- storitve se v večini primerov proizvedejo in porabijo istočasno,
- kupec do neke mere sodeluje pri storitvenem procesu.

Kotler (1998, str. 466-468) storitve zaznamuje s štirimi značilnostmi:

- *Neopredmetenost*

Storitve so neotipljive, ker jih kupci, preden se odločijo za nakup, ne morejo zaznati s čutili in jih ovrednotiti. Da bi omilili negotovost, navadno iščejo znake ali dokaze o kakovosti storitve. Do ustreznih sklepov pridejo na osnovi prostora, ljudi, opreme, komunikacijskega gradiva, simbolov in cene. Proizvajalec storitev mora torej tisto, kar je neotipljivo, spremeniti v otipljivo. To doseže tako, da doda fizične dokaze in podobo abstraktnim ponudbam storitev.

- *Neločljivost*

Lastnost, ki izvira iz tega, da se storitve praviloma proizvedejo in porabijo istočasno. Če ponuja storitve oseba, potem le ta predstavlja del storitve. Na izid storitve vplivata tako proizvajalec kot tudi porabnik storitve.

- *Spremenljivost*

Hitro spreminjanje storitev je posledica odvisnosti storitev od tega kdo, kje in kdaj jih izvaja. Tisti, ki storitve porabljajo, se ponavadi zavedajo te visoke stopnje spremenljivosti in se posvetujejo z drugimi, preden se odločijo za proizvajalca storitev.

- *Minljivost*

Pomeni, da storitev ne moremo shraniti. Storitve obstajajo le v trenutku izvajanja, ne prej in ne pozneje. Minljivost storitev ne predstavlja problema, kadar je povpraševanje stalno. V primeru nihanja povpraševanja pa imajo lahko storitvene organizacije obilo težav.

Potočnik (2000, str. 19-23) za razliko od Kotlerja omenja osem značilnosti, ki so lastne storitvam. Poleg že predstavljenih, dodaja še štiri, ki jih pojasnjuje takole:

- *Težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti*

Težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti izhaja iz neopredmetenosti pretežnega dela storitev. Posledica tega je neotipljivost storitev, kar povzroča težave pri ugotavljanju in nadziranju njihove kakovosti. Storitve praviloma izvajajo ljudje, zato porabnik težko ocenjuje vrednost, ki jo je dobil. Poleg tega je ocenjevanje vrednosti in kakovosti storitev v veliki meri odvisno od mnenj, vrednot in pričakovanj porabnikov, kar ocenjevane še dodatno otežuje.

- *Visoka stopnja tveganja*

Zaradi težavnosti ugotavljanja in nadziranja kakovosti, občutljivosti za čas in kraj izvedbe in izvajalca, je nakup storitev zelo tvegano dejanje.

- *Prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov*

Storitve izvajajo ljudje zato jih je težko poenotiti. Eno izmed meril kakovosti storitev predstavlja, stopnja prilagajanja in izvedba ponudbe, ki zadovolji posebne zahteve posameznih porabnikov. Pri večini storitev pa je navkljub prilagajanju izvedljiva visoka stopnja standardizacije in poenotenja postopkov. Vsekakor pa izvedba storitev »po meri« posameznega porabnika ugodno vpliva na diferenciacijo ponudbe.

- *Ustvarjanje osebnih stikov med porabnikom in izvajalcem storitev*

Za številne storitve velja, da predstavljajo proces, v katerem je znanje in vedenje izvajalca storitev odločujočega pomena za rezultat, torej raven porabnikovega zadovoljstva. To velja celo za najosnovnejša storitvena opravila.

2.4 RAZVRSTITEV STORITEV

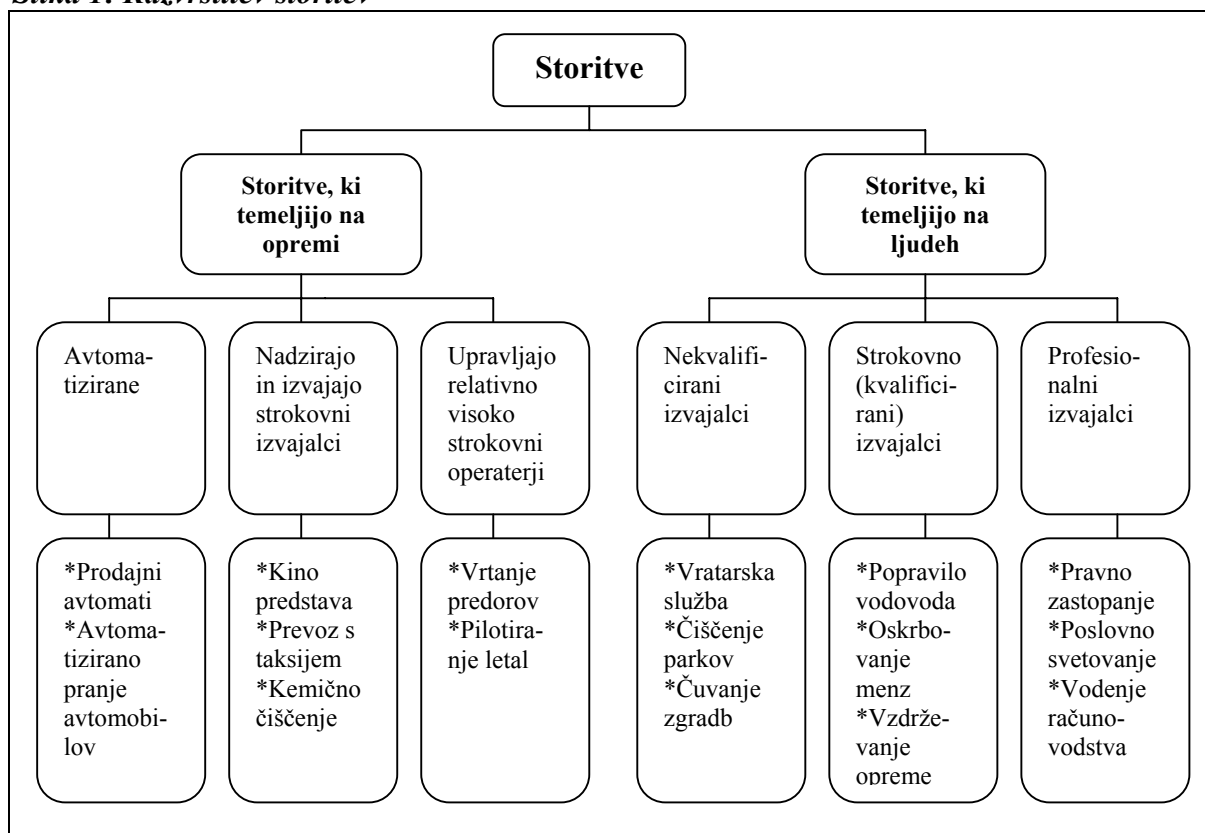
Zaradi naraščanja deleža storitev v strukturi vsakega gospodarstva prihaja do potrebe po razčlenitvi storitvenega sektorja. Storitve lahko razvrščamo na več načinov, praviloma jih na podlagi značilnosti izvajanja storitve (Potočnik, 2000, str. 34):

- Storitve, ki so povezane z *ljudmi*, ki sodelujejo pri izvedbi storitve.
- Storitve, ki so usmerjene *na stvari*. Tu se zahteva prisotnost objekta, na katerem poteka storitev, ni pa nujna prisotnost uporabnika storitve.
- Storitve, ki so povezane z *razumom ali mišljenjem ljudi*. Pri teh mora biti porabnik prisoten, vendar le duševno.
- Storitve, ki se nanašajo *na premoženje in vrednosti ljudi*. Sodelovanje porabnika storitve je obvezno ob sprožitvi same storitve, medtem ko kasneje v storitvenem procesu le po potrebi.

Potočnik omenja tudi naslednjo razvrstitev (2000, str. 28-31):

- Storitve, ki temeljijo na opremi ali na ljudeh

Slika 1: Razvrstitev storitev



Vir: Potočnik, 2000, str. 29.

- *Porabniške storitve in proizvodne storitve*

Porabniške storitve temeljijo na končnem povpraševanju. Med te storitve spadajo osebne storitve in storitve družbene blaginje. Med-organizacijsko povpraševanje na drugi strani predstavlja proizvodne storitve, h katerim spadajo distributivne in poslovne storitve.

- *Tržne (zasebne) in netržne (javne) storitve*

Element razvrščanja storitev je njihova ekonomska funkcija oziroma pomen, ki ga storitvam pripisujejo porabniki in proizvajalci. Ta vrsta klasifikacije se največkrat uporablja pri analizah.

- *Tradicionalne in »nove« storitve*

Med tradicionalne storitve uvrščamo transport, turizem in gostinstvo, trgovino, bančništvo, zavarovalništvo in druge. Bistvena lastnost »novih« storitev je, da temeljijo na informacijski tehnologiji. Med te uvrščamo obdelavo podatkov in informacij, elektronske in bančne storitve, lizing, franšizing, številne pravne, poslovne in intelektualne storitve ter druge.

- *Storitve na podlagi znanja in rutinske storitve*

Za prve je značilno sorazmerno veliko znanja oziroma človeški kapital, ki se meri z leti in ravnijo šolanja ter šolske izobrazbe. Rutinske storitve pa so bolj ali manj standardizirane.

- *Formalni in neformalni sektor storitev*

Razlika je v tem, da je formalni sektor v celoti registriran in vključen v izračun bruto domačega proizvoda, medtem ko neformalni sektor obsega storitvene dejavnosti, ki so delno ali sploh niso registrirane.

Vedno pogosteje pa se pri preučevanju storitev uporablja naslednja razvrstitev (Potočnik, 2000, str. 33-34):

- *nove storitve*, na katere v največji meri vplivata rast dohodka na prebivalca in prosti čas,
- *dopolnilne storitve*, h katerim se uvrščajo aktivnosti, ki so tesno povezane z industrializacijo in urbanizacijo,
- *stare storitve*, ki zaradi nadomestnega učinka – na primer zaradi ponudbe novega načina izvajanja storitev izgubljajo svoj ekonomski pomen.

Zaradi vedno hitrejšega tehnološkega razvoja vseh storitev praktično ni mogoče enotno opredeliti ali jih razvrstiti tako, da bi klasifikacija zajemala celotni spekter le teh.

2.5 KAKOVOST STORITEV

Kakovost je opredeljena na različne načine (Cook, Yale, Marqua, 1999, str. 205):

- Večini ljudi predstavlja kakovost sinonim za odličnost ali popolnost.
- S tehničnega vidika je kakovost oblika mere, s katero merimo visoko ali nizko, dobro ali slabo kakovost izdelkov in storitev.
- Kakovost je v svoji osnovi lahko tako objektivna kot tudi subjektivna, vsekakor pa odvisna od porabnika, ki jo ocenjuje.
- Nenazadnje obstaja še definicija, ki predstavlja kakovost kot neko vrednost. Ta definicija vključuje stališče menjave med značilnostmi ter izvedbo storitev na eni strani in ceno, ki jo morajo porabniki plačati za kakovostno opravljene storitve, na drugi strani.

Jones in Lockwood definirata kakovost kot vsoto funkcij in značilnosti proizvoda oziroma storitve, ki ima sposobnost zadovoljiti določeno potrebo (Brezovec, 2000, str. 127).

2.5.1 ZAZNANA KAKOVOST STORITEV

Zaznana kakovost storitve je zaradi različnih kriterijev, s pomočjo katerih porabniki ocenjujejo kakovostno izvedbo le te, zelo subjektivnega značaja. Teorija obravnava nekaj možnih načinov presoje kakovosti storitve, v grobem pa temelji na dveh modelih. Grönroos (2000, str. 62) je v osemdesetih letih kot prvi predstavil model »zaznane kakovosti storitve«. Zaznana kakovost v njegovem modelu sestoji iz funkcionalne in tehnične kakovosti. Tehnična kakovost je lastnost tistega, kar prejmemo s storitvijo, funkcionalna pa kako to prejmemo.

Drugi model imenovan SERVQUAL je na splošno bolj uveljavljen in uporabljan, vendar po mnenju nekaterih strokovnjakov ne povsem prepričljiv. Njegovi avtorji so definirali pet dimenzij kakovosti storitve: zanesljivost, odzivnost, vzbujanje zaupanja, vživljanje v položaj porabnika in fizične dokaze storitve. Ne glede na model ugotavljanja kakovosti pa je najpomembnejše, kar si morajo zapomniti »proizvajalci« storitev, da je ključnega pomena pri storitvah zaznana kakovost s strani porabnika.

2.5.2 OCENJEVANJE KAKOVOSTI

Po mnenju Potočnika je ocenjevanje kakovosti storitev posledica porabnikovega presojanja kakovosti kot razlike med pričakovano in zaznano storitvijo (2000, str. 158). Zapletena sestava večine storitev onemogoča lahko ocenjevanje njihove kakovosti. Poleg zapletene sestave igrajo pri ocenjevanju kakovosti storitev veliko vlogo tudi različni dejavniki, ki vplivajo na porabnikovo zaznavanje same kakovosti. Omenjene dejavnike je zaradi neoprijemljivosti težko nadzorovati, nenazadnje pa je kakovost, tako kot lepota, določena v »očeh vsakega porabnika« (Cook, Yale, Margua, 1999, str. 216). Kakovost porabniki izražajo z zadovoljstvom in navdušenjem, v primeru slabo posredovane storitve pa z razočaranjem.

Kotler (1998, str. 471) poudarja, da pri posameznih porabnikih obstajajo razlike glede ocenjevanja kakovosti storitve in zato razlikuje:

- *iskano kakovost* - to lastnost porabnik lahko ovrednoti,
- *izkustveno kakovost* - to lastnost porabnik lahko ovrednoti šele po nakupu ali med uporabo,
- *kakovost zaupanja* - to lastnost porabnik težko ovrednoti celo po sami porabi.

Ena izmed najpogosteje uporabljenih vendar povsem napačno razumljenih mer za ugotavljanje kakovosti storitev so napitnine. Izraz »napitnina« je prevod angleške besede **TIPS**, kar je akronim za frazo **To Insure Prompt Service** ali »zagotovitev hitre storitve«. To pomeni, da napitnine niso avtomatske. Znesek, ki ga ljudje pogosto pustijo, ponazarja neke vrste komentar prejete storitve (Cook, Yale, Margua, 1999, str. 205). Kakovost tako predstavlja najpomembnejši dejavnik diferenciacije pri storitvah. Zadovoljni porabniki se bodo v primeru dobro ali odlično izvedene storitve vedno znova vračali.

Organizacije, ki se ukvarjajo s storitveno dejavnostjo, na različne načine nadzorujejo morebitno spreminjanje kakovosti posredovanih storitev. Po mnenju Potočnika eno izmed možnosti nadzora sestavljajo trije preproste koraki (2000, str. 22). Prvi korak predstavlja *naložbo v izbor dobrih kadrov in njihovo usposabljanje*. Drugi predpostavlja *poenotenje poteka storitve znotraj organizacije*. Zadnji, tretji korak pa predlaga *spremljanje zadovoljstva porabnikov* s pomočjo sistema predlogov in pritožb ali anket in primerjav, ki naj bi pomagale odkriti in popraviti slabo storitev.

3 TURISTIČNE STORITVE

Ljudje že od nekdaj potujejo. Sprva so bila potovanja individualna, postopno pa so zaradi vedno večjega števila turistov postala organizirana. Osebe, ki si želijo organizirano potovati in preživljati počitnice doma, predvsem pa v tujini, potrebujejo sodelovanje strokovno usposobljenih turističnih organizacij. V kolikor turistične organizacije potovanja v celoti same ne morejo zagotoviti, najamejo zunanje sodelavce. Organizacije bi morale, po mnenju Pivke in Puhariča (1999, str. 296), samostojno ali z zunanjimi sodelavci porabnikom zagotoviti ustrezno vsebino in kakovost potrebnih turističnih storitev, ki jih le ti kupujejo.

Brezovčeva (2000, str. 45-46) poleg štirih splošnih značilnosti, ki jih storitvam pripisuje veliko število avtorjev, med njimi tudi Kotler, turistične storitve zaznamuje še z nadaljnjimi posebnimi značilnostmi:

- *Začasno lastništvo*, ki opozarja na to, da porabniki turistične storitve ne dobijo v trajno ampak začasno »last«.
- *Usmerjenost k ponudbi namesto k porabniku* pomeni, da je v turizmu turistična destinacija najpogosteje že dana in se šele po njenem ovrednotenju začnemo spraševati, komu jo lahko ponudimo.
- *Razpršen nadzor nad storitvijo* je posledica sestavljenosti turistične storitve, ki zahteva sodelovanje različnih ponudnikov. To pomeni, da kakovost turistične storitve ne nadzoruje en sam ponudnik, torej lahko napaka enega ponudnika vpliva na ugled drugega in obratno.
- *Širina doživetja* pomeni, da je turistična storitev celostna izkušnja, ki se začne s pripravami povprečno šest tednov pred nakupom in traja s spomini vsaj še toliko po nakupu. Ocena storitve je tako odvisna od številnih dejavnikov in kombinacij med njimi.
- *Visoka stopnja tveganja za porabnike* obstaja, ker porabnik nima možnosti preizkusiti turistične storitve pred samim nakupom in s tem lahko tvega velik delež svojih prihodkov.
- *Sanje in fantazije kot sestavni del turistične storitve* opozarjajo na to, da je nakup te storitve pogosto povezan z nejasnimi in iracionalnimi motivi, za razliko od ostalih storitev, kjer prevladujejo racionalni motivi.
- *Odvisnost od okolja* pomeni, da so turistične storitve v veliki meri podvržene vplivom iz okolja, ki jih ponudnik ne more predvideti niti nadzorovati. Ponudniki turističnih storitev se morajo zato v primeru morebitne krizne situacije hitro odzvati.

3.1 SESTAVINE TURISTIČNE STORITVE

V najširšem smislu je turistična storitev sestavljena iz vsega, kar ponudimo porabnikom – turistom, da bi zadovoljili njihove potrebe in želje. Turisti največkrat kupujejo več turističnih storitev povezanih v eno integralno storitev. Takšna integralna turistična storitev je sestavljena iz niza storitev, ki se še naprej delijo na posamezne delne storitve. Obliko in vsebino posamezne storitve lahko omeji le izvajalec storitve in še to samo v primeru, kadar ni sposoben prepoznavati potreb in želja turistov in posredovati kreativno storitev. V kolikor se na turistično storitev gleda celovito, ji lahko po mnenju Brezovčeve določimo tri sestavine (2000, str. 87):

- *bistvo* je razlog za nakup storitve,
- *nujnost* je pogoj, da storitev sploh lahko izvajamo,
- *dodatek* pa jo dela privlačno v primerjavi s konkurenčnimi storitvami.

Po mnenju Burkarta in Medlika predstavlja turistična storitev v očeh turista celotno doživetje od trenutka, ko zapusti kraj stalnega bivališča, do trenutka, ko se vanj vrne (1981, str. 48).

Mihaličeva (1999, str. 41) še podrobneje opredeli turistično storitev z naslednjimi sestavnimi deli oziroma delnimi storitvami:

- *storitve v kraju bivanja* (svetovanje, posredovanje, nakup opreme...),

- storitve na poti (vodenje, prevoz, oskrba),
- storitve v turistični destinaciji (prenočevanje, oskrba, animacija, šport, spominki...).

3.2 KAKOVOST TURISTIČNE STORITVE

Če razumemo kakovost turistične storitve kot vsoto vseh storitev, s katerimi se zadovoljujejo določene potrebe, lahko po mnenju Brezovčeve (2000, str. 127) definiramo kakovost turistične storitve na podlagi skladnosti le te s pričakovanji turista. Turisti ocenjujejo kakovost turistične storitve s petih vidikov: z vidika otipljivosti storitve, zanesljivosti izvedene storitve, odgovornosti posredovalcev storitve – zaposlenega osebja, zaupanj, ki ga čutijo do ponudnika storitev in z vidika njihovega čustvenega vživetja v samo storitev (Cook, Yale, Marqua, 1999, str. 216). Kakovostno opravljena storitev je ponavadi edino kar turist zahteva.

Tabela 1: Udeleženci, ki vplivajo na kakovost turistične storitve

Funkcija	Najpomembnejši udeleženci pri povečanju kakovosti
politična, managementska in funkcija kontrole kakovosti	evropska komisija, regionalne in lokalne vlade, strokovnjaki za kakovost in nadzor storitev, okolje-varstvene organizacije
podpornih turističnih storitev	hotelirji, gostinci, prevozniki, svetovalci, turistični vodniki in ponudniki ostalih storitev
prodajnih posrednikov v turizmu	organizatorji potovanj, posredovalci informacij – turistične info točke (tudi Internet)
izobraževalna	specializirane turistične fakultete, raziskovalne institucije in strokovne organizacije
gosta	potrošniške organizacije
gostitelja	lokalne skupine prebivalstva

Vir: www.europa.eu.int, Turizem in zaposlovanje, 2001.

Turist je pri uporabi storitev med drugim izpostavljen tudi vedenju zaposlenih v turistični dejavnosti, saj skupaj z njimi sooblikuje storitev. Narava turističnih storitev narekuje, da je turista potrebno zadovoljiti že prvič, saj nima možnosti vrniti ali zamenjati posredovane storitve. Negativno mnenje in nezadovoljstvo turisti pogosteje izražajo med prijatelji in sorodniki kot pa v obliki pritožb turističnim posrednikom (Brezovec, 2000, str. 127). S prizadevanji za kakovostno opravljeno storitev turistični ponudniki zmanjšujejo možnost nezadovoljstva in s tem preprečujejo, da bi se širile slabe govorice o podjetju oziroma opravljenih storitvah.

Eden od temeljnih elementov za hiter in uspešen razvoj turistične dejavnosti, predvsem pa za dvig kakovosti in s tem povečanje konkurenčnosti, predstavlja permanentno izobraževanje in usposabljanje zaposlenih v turističnem gospodarstvu. Oboje predstavlja predmet konkurenčnega boja, pri tem pa je razumljivo, da se ne more razvijati ločeno od potreb in pričakovanj porabnikov storitev. Poleg tega je turizem ena izmed najhitreje razvijajočih se industrij, ki omogoča zaposlovanje vedno večjega števila ljudi, zato je vprašanje usposobljenega osebja še

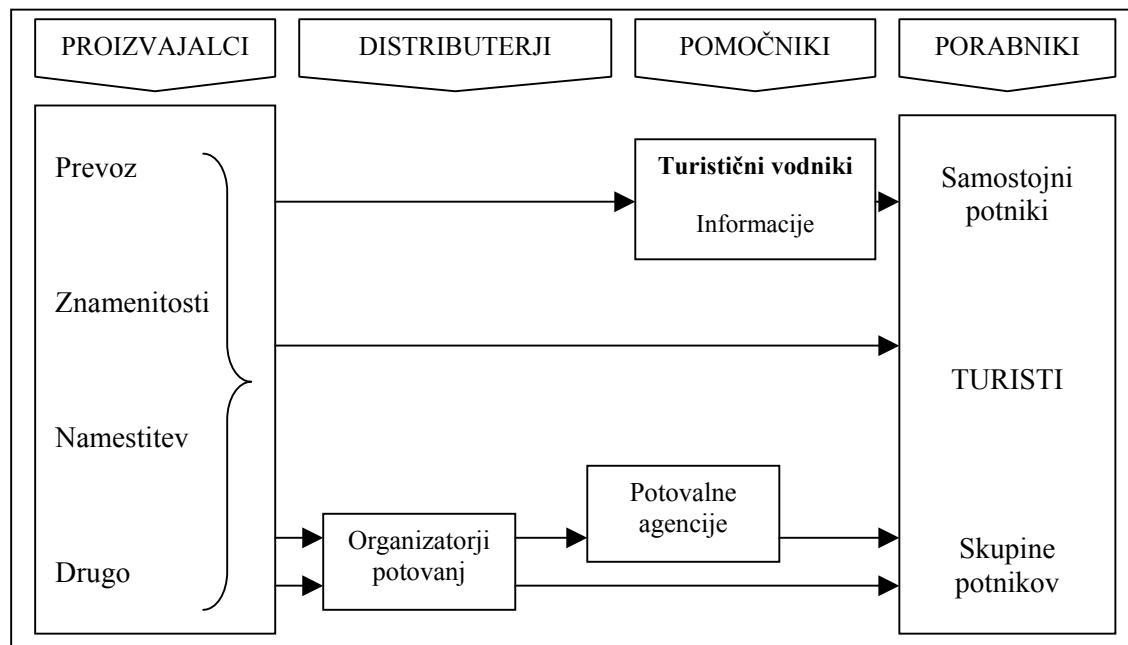
toliko bolj aktualno. Naloga različnih izobraževalnih ustanov in organizacij je, da izvajajo kakovostne programe, s pomočjo katerih slušatelje pripravijo za delo na najrazličnejših delovnih mestih v turizmu (Turizem - Generator zaposlovanja v 3.tisočletju, 2000).

4 STORITEV TURISTIČNEGA VODENJA

Sodelujoči pri organiziranju potovanja in posredniki so (www.europa.eu.int):

- potovalne ali turistične agencije¹,
- organizatorji potovanj ali tour operaterji²,
- turistični vodniki in posredovalci turističnih informacij (posredniki).

Slika 2: Struktura distribucijske verige pri turističnem produktu



Vir: www.europa.eu.int, povzeto po Cooper et al, 1993.

Tradicionalno je naloga organizatorja potovanj prodaja na debelo, in sicer prodaja letalskih kart, hotelski sob, prevoznih storitev itn. potovalnim agencijam. Potovalne agencije v verigi predstavljajo prodajalce na drobno. Ukvarjajo se s prodajanjem potovanj porabnikom, nimajo zaloge in so posredniki med porabniki in ponudniki storitev. Turistični vodniki in posredovalci turističnih informacij imajo podporno vlogo v turistični storitvi. Njihova naloga je vodenje in

¹Turistična ali potovalna agencija je oseba ali podjetje, ki potrošnikom posreduje turistične storitve (transportne storitve, nastanitve, pavšalne proizvode) po naročilu proizvajalcev (prevoznikov, hotelov in organizatorjev potovanj) za provizijo (Mihalič, 1999, str. 24). Izraz turistična ali potovalna agencija lahko uporabljamo tako za dejavnost organiziranja potovanj, kot tudi za dejavnost prodaje oziroma posredovanja turističnih potovanj (ZPT, 1998).

²Organizator potovanja ali tour operater je oseba ali podjetje, ki iz posameznih turističnih storitev kupljenih pri lastnih ali tujih proizvajalcih, sestavlja nove samostojne proizvode (pavšalne proizvode) in jih posreduje potrošnikom preko posredniške mreže (lastne ali tuje) s pribitkom v svojem imenu in za svoj račun (Mihalič, 1999, str. 9).

posredovanje informacij in spremljajočih storitev na poti in v turistični destinaciji (Cooper et al, 1993 str. 190-195).

Turistična ali potovalna agencija pooblasti turističnega vodnika z licenco za izvedbo določenega programa, priskrbi mu vse potrebne dokumente in informacije ter izplača honorar za opravljeno storitev. Pooblaščenec - turistični vodnik je oseba, ki na podlagi pooblastila zastopa turistično agencijo in posreduje storitve vodenja turističnim skupinam. V kolikor organizator potovanja zaupa posamezne storitve v povezavi z izvedbo turističnega potovanja tretjim osebam, še vedno sam odgovarja potnikom za nastalo škodo, če storitve ne bi bile ali bi bile le delno izvršene (Obligacijski zakonik, 2001, v nadaljevanju besedila OZ). Med omenjene storitve spadajo tudi storitve turističnega vodnika. Posebnih kazenskih določb zakon sicer ne omenja, vendar imajo potniki možnost pritožbe na delo turističnega vodnika. Agencija lahko na podlagi pritožbe vsekakor ukrepa, v najslabšem primeru tega turističnega vodnika več ne najame za opravljanje storitev vodenja.

4.1 TURISTIČNI VODNIK

Dejavnost turističnega vodnika je opredeljena kot strokovno vodenje obiskovalcev po vnaprej določenem programu potovanja. Omenjeno dejavnost lahko opravljajo osebe s stalnim bivališčem v Republiki Sloveniji, ki opravijo preizkus znanja iz javno veljavnega programa strokovne izobrazbe in usposobljenosti, ki ga je določila Gospodarska zbornica Slovenije (v nadaljevanju besedila GZS), (Zorko, 199, str. 110).

Delo turističnega vodnika je v največji meri povezano z ljudmi, saj z njimi preživi večji del potovanja. Ali bo potovanje v obojestransko zadovoljstvo je v veliki meri odvisno prav od vodnika (Polič, 1998, str. 2), njegovega znanja, izkušenj in sposobnosti. Vsi omenjeni subjektivni dejavniki vplivajo na posredovano storitev vodenja in na to ali je v skladu s pričakovanji turista (Brezovec, 2000, str. 47).

Turistični vodnik je po mnenju Brezovčeve (2000, str. 118) eden izmed poklicev, ki se v turizmu zelo pogosto pojavlja in pri katerem se vzpostavi osebni menjalni odnos neposredno s turisti. Vodnik po njenem mnenju predstavlja »frontno linijo« turističnega podjetja, zato gre v njegovem odnosu do turistov za vrsto osebne prodaje. Osebna prodaja je v turizmu edina oblika tržnega komuniciranja, ki takoj ob posredovanju storitve prejme povratno informacijo in tako odločilno vpliva na konkurenčno prednost in ugled ponudnika turističnih storitev – potovalne ali turistične agencije.

Storitve vodenja poleg turističnega vodnika posredujeta tudi turistični spremljevalec in lokalni turistični vodnik. V nadaljevanju zaradi pogosto neustrezne uporabe in njihove zamenjave zgoraj omenjena poklica tudi na kratko predstavljam.

4.2 TURISTIČNI SPREMLJEVALEC

Je turističnemu vodniku soroden poklic. Dejavnost turističnega spremljevalca je opredeljena kot opravljanje organizacijskih in tehničnih storitev za udeležence turističnih potovanj in izletov, od začetka potovanja do cilja in povratka (Zorko, 1999, str. 110). Za razliko od turističnega vodnika, ki mora biti državljan Republike Slovenije, je turistični spremljevalec lahko tudi državljan druge države. Njegova primarna naloga je, da spremlja skupine obiskovalcev, ki so svoje potovanje začele zunaj meja naše države.

4.3 LOKALNI TURISTIČNI VODNIK

Občina lahko predpiše pogoje za opravljanje dejavnosti turističnega vodenja na svojem območju. Turistični vodnik začne z opravljanjem dejavnosti turističnega vodenja na območju občine, ko izpolni pogoje, ki jih predpiše občina. Takrat se mu podeli naziv »lokalni turistični vodnik«. Glavni pogoj za opravljanje lokalnega vodenja je preizkus znanja, ki je določen s strani občine in je manj zahteven kot preizkus na državni ravni pri GZS. Pogoji, ki jih mora izpolnjevati lokalni turistični vodnik, nikakor ne smejo biti povezani z njegovim stalnim prebivališčem (Zakon o pospeševanju turizma, 1998, v nadaljnjem besedilu ZPT).

4.4 ZAKONSKA PODLAGA V SLOVENIJI

4.4.1 ZAKON O POSPEŠEVANJU TURIZMA

Za slovensko turistično gospodarstvo je sprejetje ZPT, ki je stopil v veljavo dne 15.08.1998, velikega pomena, saj je uredil dve področji, ki sta bistveni za nastajajočo slovensko turistično območje in za normalni ter uspešen razvoj turizma – financiranje in organiziranost (Novak, 2000, str. 9). Prvotna naloga ZPT je opredelitev organiziranosti na področju turizma in pogojev za opravljanje dejavnosti v sklopu turizma.

Dejavnosti opredeljene v ZPT so naslednje (Bratun, 2001, str. 15):

1. pospeševanje razvoja turizma in njegova promocija,
2. razvoj turistične infrastrukture,
3. opravljanje dela vodniških služb in turističnih agencij,
4. delovanje turističnih društev in Turistične zveze Slovenije.

Osrednji cilj zakona je zagotoviti pospeševanje turizma z določitvijo dejavnosti na področju oblikovanja celovite turistične ponudbe, promocijo in informiranje obiskovalcev, sredstva za pospeševanje turizma in sodelovanje subjektov, od katerih je odvisna kakovost turistične ponudbe. Razmere v turizmu so bile pred sprejetjem ZPT neurejene, kar se je kazalo predvsem v neurejenosti trga storitev, neustrezni kakovosti posredovanih storitev in premajhnemu zavarovanju potnikov na potovanjih (Predlog zakona o pospeševanju turizma, 1996). Hkrati so

se s sprejetjem zakona uredili pogoji za opravljanje s turizmom povezanih dejavnosti, ki zakonsko prej niso bili urejeni. Med omenjene dejavnosti spada tudi dejavnost turističnih vodnikov in turističnih spremljevalcev.

4.4.1.1 ZAKON O POSPEŠEVANJU TURIZMA IN TURISTIČNI VODNIK

ZPT opredeljuje dejavnost turističnega vodnika kot strokovno vodenje obiskovalcev po vnaprej določenem programu. To dejavnost lahko opravljajo osebe s stalnim bivališčem v Republiki Sloveniji, ki opravijo preizkus znanja oziroma pridobijo licenco³ iz javno veljavnega programa strokovne izobrazbe in usposobljenosti, ki ga določi GZS v soglasju z ministrstvom pristojnim za delo, družino in socialne zadeve in ministrstvom pristojnim za turizem. K preizkusu znanja se lahko prijavijo osebe, ki imajo dokončano najmanj srednjo strokovno izobrazbo in obvladajo vsaj en tuji jezik na stopnji srednje strokovne izobrazbe. Kandidati, ki imajo končano višjo ali visoko šolo, nimajo pri opravljanju preizkusa znanja nobenih olajšav. Enako velja za kandidate, ki so končali srednjo, višjo ali visoko šolo za turizem ali šolo turistične usmeritve. Preizkus znanja je torej enak za vse kandidate ne glede na dokončano izobrazbo (38. člen ZPT).

Naziv turistični vodnik, lahko uporabljajo osebe, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja in, ki so v skladu s predpisanim zakonom pridobile licenco za opravljanje te dejavnosti. Seznam oseb je zaveden v registru turističnih vodnikov pri GZS (39. člen ZPT).

Register turističnih vodnikov vsebuje naslednje podatke:

- ime in priimek,
- prebivališče,
- podatke o številu ur vodenja za preteklo leto,
- podatke o relacijah vodenja za preteklo leto,
- dokazila o strokovnem znanju in usposobljenosti.

Dolžnost turističnega vodnika je, da zgoraj navedene podatke enkrat letno pošlje na GZS, ker s tem ohrani njihovo ažurnost. Podatke o turističnem vodniku v registru, na njegovo željo, dostavijo različnim zainteresiranim turističnim agencijam, ki poizvedujejo po vedno novih podatkih in turističnih vodnikih (www.gzs.si).

Turistični vodnik, ki je ob uveljavitvi zakona v letu 1998, že opravljal dejavnost turističnega vodenja, je lahko nadaljeval z opravljanjem te dejavnosti tudi naprej, ker je sekretariat za zakonodajo in pravne zadeve Državnega zbora takrat ocenil, da ZPT ne more delovati za nazaj. Zahtevano strokovno izobrazbo in usposobljenost so morali tisti, ki so hoteli nadaljevati z opravljanjem poklica turističnega vodnika, pridobiti v dveh letih od sprejetja zakona. Ta

³ Licenca je javna listina, ki jo izda GZS po postopku, ki ga ureja ZPT in pravilnik o načinu in postopku pridobitve licence (Pravilnik o načinu in postopku pridobitve licence za opravljanje dejavnosti organiziranja turističnih potovanj, dejavnosti prodaje oziroma posredovanja turističnih potovanj ter načinu vodenja registra izdanih licenc, 1999). Pravilnik med drugim določa način in postopek pridobitve licence, vrste licenc, ter vsebino in način vodenja registra izdanih licenc.

prehodni rok je po mnenju predlagateljev zakona zadoščal za pridobitev ustrezne izobrazbe. Turistični vodniki, ki svojega delovanja v roku niso uskladili, od takrat naprej niso smeli opravljati dejavnosti turističnega vodenja, dokler niso izpolnili ustreznih in zakonsko predpisanih pogojev (54. člen ZTP).

V kolikor niso izpolnili zakonsko predpisanih pogojev in so nadaljevali z izvajanjem dejavnosti vodenja, so kršili zakonodajo. Denarna odškodnina za kršitev zakonodaje je predvidena tako za turistično agencijo kot za turističnega vodnika. Z denarno kaznijo v višini milijon slovenskih tolarjev (48. člen ZPT) se kaznuje organizatorja, če v skladu s 35. členom ZPT ne zagotovi turističnega vodnika, ki izpolnjuje vse predpisane pogoje, in sicer pri vsaki izvedbi potovanja tako doma kot v tujini, razen tedaj, ko je prevoz organiziran v okviru javnega potniškega prometa. Z denarno kaznijo najmanj dvesto tisoč slovenskih tolarjev pa se za prekršek kaznuje fizična oseba, če opravlja dejavnost turističnega vodnika brez opravljenega preizkusa znanja po veljavnem programu pri GZS (49. člen ZTP).

4.4.1.2 PREIZKUS ZNANJA ZA PRIDOBITEV LICENCE

V skladu z ZPT morajo imeti vsi turistični vodniki od 29. avgusta 2000 naprej opravljen državni izpit za opravljanje dejavnosti vodenja pri GZS (38. člen ZTP).

Izpitne roke in sprejemanje izpitnih prijavníc za turistične vodnike organizirajo pri GZS vsak mesec, razen meseca juliju in avgusta. Vnaprej razpisane datume opravljanja preizkusa redno objavljajo v svoji mesečni publikaciji Glas gospodarstva (www.gzs.si). Skupaj z izpolnjeno in podpisano izpitno prijavnico (priloga 1) mora biti oddana tudi seminarska naloga. Kandidat mora zraven priložiti še naslednje dokaze o izpolnjevanju pogojev za pristop k preizkusu znanja, spričevalo o dokončani izobrazbi, iz katerega je razvidno znanje vsaj enega tujega jezika, in dokazilo o plačilu preizkusa znanja.

Preizkus znanja za pridobitev licence je sestavljen iz treh delov:

- strokovni del preizkusa znanja,
- teoretični del preizkusa znanja,
- praktični del preizkusa znanja.

Strokovni del preizkusa znanja je sestavljen iz seminarske naloge, ki mora biti izdelana v skladu z navodili za izdelavo. Seminarska naloga mora zajemati izvedbo najmanj štiridnevnega programa vodenja. Potovanje je vsekakor lahko daljše od štirih dni, nikakor pa ne sme biti krajše. Poteka lahko po Sloveniji ali v tujini in mora vsebovati več vrst turističnih storitev kot so prevoz (z avtobusom, letalom, ladjo ali kombinirani prevoz), najmanj tri nočitve, gostinske storitve, vodenje in ogleda. Napiše se pred opravljanjem preizkusa znanja in sicer na osnovi programa potovanja, ki si ga kandidat sam izbere. Iz seminarske naloge mora biti razvidno ali se je kandidat držal zastavljenega programa, kaj je vključil v ceno programa, kako je program realiziral itn. Obseg seminarske naloge ni natančno določen, ker ni bistvenega pomena, komisija

vztraja le na tem, da se dosledno upoštevajo navodila za izdelavo le te, ki morajo biti v skladu s programom usposabljanja za turističnega vodnika (www.gzs.si).

Seminarska naloga mora vsebovati naslednja med seboj usklajena poglavja (www.gzs.si):

- *Priprave na potovanje*

Omenjeno poglavje se nanaša na priložen program potovanja, ki ga lahko kandidat sam napiše ali pa uporabi program kateregakoli organizatorja potovanj. Zelo pomembno je, da program potovanja vsebuje vse elemente, ki so predpisani z OZ. Kandidat mora naštetiti tudi vse dokumente in informacije, ki so nujni pri izvedbi izbranega programa, in katere mu je dolžan zagotoviti organizator potovanja pred odhodom. Poleg tega mora opisati vse vrste rezervacij in plačilnih sredstev za posamezne storitve na potovanju.

- *Opis poteka potovanja*

Poglavje vsebuje opis dela turističnega vodnika od začetka do konca potovanja, z vsemi vmesnimi postanki, ogledi, plačili opravljenih storitev, plačili vstopnin, pobranim denarjem itn. Potovanje mora tudi časovno in krajevno opredeliti. Prav tako mora biti pozoren na pravočasno podajanje vseh potrebnih informacij, ki morajo biti kar najbolj izčrpne, saj so lahko nekateri od potnikov na tovrstnem potovanju prvič. V to poglavje je vključen tudi podrobnejši opis postopka na meji (naloge vodnika na meji), postopka na letališču (kadar gre za letalsko potovanje) in postopka ob prihodu in odhodu skupine iz hotela. Na potovanju je pomembno tudi sodelovanje turističnega vodnika z voznikom, ki ga mora kandidat prav tako opredeliti.

- *Zanimivosti in znamenitosti*

Omenjeno poglavje predstavlja zanimivosti in znamenitosti v programu potovanja, ki si jih je na poti potrebno ogledati in z njimi seznaniti potnike.

- *Poročilo o potovanju*

Poročilo je namenjeno organizatorju potovanja – turistični ali potovalni agenciji. V njem kandidat na kratko opiše potek potovanja, opažanja, predloge za izboljšavo programa in ostale predloge.

- *Finančno poročilo*

Poglavje vključuje obračun denarja, ki ga mora turistični vodnik pobrati od potnikov za ogled, vstopnine itn. in vsa negotovinska vplačila (npr. vaucher⁴), pri katerih mora kandidat obvezno navesti vse storitve, vrste potrdil in dokazil.

- *Obračun stroškov*

Poglavje zajema obračun stroškov potovanja. Obračun je vezan na prejeto akontacijo turističnega vodnika in izdana potrdila o vplačilu za vstopnine, fakultativne izlete in fakultativne gostinske storitve.

⁴ Vaucher je potrdilo o potovanju. Vsebuje firmo in sedež turistične agencije – organizatorke potovanja, ime potnika, kraj in dan začetka ter konca potovanja, število dni bivanja, potrebne podatke o prevozu, bivanju in vseh drugih načrtovanih storitvah zajetih v skupni ceni potovanja; nenazadnje vsebuje tudi opredelitev pogojev zaradi katerih lahko potnik zahteva razvezo pogodbe. Ima tri bistvene funkcije: rabi kot naročilo gostincu naj imenovanim v listini zagotovi navedene storitve, je dokazilo, da je oseba stranka turistične agencije, ki je z gostincem sklenila pogodbo in rabi za obračun vzajemnih terjatev med turistično agencijo in gostincem (Puharič, 1997, str. 174-177).

Pri **teoretičnem delu preizkusu znanja** kandidat zagovarja samostojno izdelano seminarsko nalogo in ustno odgovarja na šest zastavljenih teoretičnih vprašanj iz različnih tematskih sklopov (priloga 2), ki so vnaprej dani:

- zgodovina,
- turistična geografija s kartografijo,
- osnove poslovanja v turizmu in organizacija ter izvedba turističnih potovanj,
- etnologija,
- psihološki vidiki skupinskih vodenj,
- umetnostna zgodovina z arhitekturo (www.gzs.si).

Pri **praktičnem delu preizkusa znanja** se kandidati, ki uspešno opravijo teoretični del preizkusa znanja, še isti dan odpravijo na enodnevni izlet po Sloveniji. Na izletu vsak kandidat predstavi oziroma opiše, pred mikrofonom in ostalimi kandidati ter člani ocenjevalne komisije, del poti. Izbran program izleta kandidat dobi vsaj en teden pred odhodom, da se nanj lahko prijavi in pripravi. Če termin preizkusa znanja kandidatu ne ustreza lahko počaka na naslednji termin oziroma na naslednjo skupino kandidatov (www.gzs.si).

Kandidatu, ki še nima izkušenj z vodenjem turističnih skupin, priporočajo, da najprej opravi ali tečaj za turističnega vodnika ali preizkus znanja za turističnega spremljevalca, ki je lažji od preizkusa znanja za turističnega vodnika, in se še le po eni ali drugi opciji in delni pridobitvi izkušenj odloči za opravljanje preizkusa znanja za turističnega vodnika. Seznam organizatorjev tečajev je kandidatu dostopen na spletnih straneh GZS, lahko pa se mu, na njegovo zahtevo, pošlje skupaj z izpitno prijavnico, seznamom izpitnih vprašanj, seznamom literature, navodilom za izdelavo seminarske naloge in cenikom izpita (www.gzs.si).

Tabela 2: Skupno število turističnih vodnikov in turističnih spremljevalcev z licenco po letih

Leto	Število turističnih vodnikov	Število turističnih spremljevalcev	Skupaj
1999	6	-	6
2000	195	41	236
2001	172	105	277
2002	73	54	127
Skupaj	446	200	646

Vir: www.gzs.si.

Leto 2002 je bilo glede uspešnosti kandidatov na izpiti, sodeč po podatkih v tabeli, izredno slabo. Po mnenju strokovne komisije pri GZS so vzroki za to različni. V prvih treh letih po sprejetju zakonodaje so se na izpit prijavljali predvsem izkušeni kandidati in sicer z željo, da si čimprej pridobijo licenco, ki se je do takrat ni zahtevalo. Zadnja leta pa se na izpit prijavljajo mladi kandidati, ki si želijo, da bi veliko potovali in opravljali delo turističnega vodnika, manjka pa jim izkušenj, znanja, orientacije, iznajdljivost v spreminjajočem se okolju in vsestranske razgledanosti. Dejavnost turističnega vodnika se jim zdi zelo atraktivna, vendar težko napišejo dobro seminarsko nalogo, ki mora zajemati vse ključne elemente dela turističnega vodnika pri

izvedbi programa vodenja turistov. Kandidat brez ustrezne prakse vodenja turističnih skupin še ne pozna vseh postopkov za pravilno realizacijo programa potovanja. Najtežji pa je po mnenju komisije za vse kandidate, še posebej za mlade in neizkušene, praktični del izpita. Pri starejših vodniki z dolgoletnimi izkušnjami se redkeje pojavijo težave, kvečjemu se pojavi trema zaradi prisotnosti izpitne komisije. Še eden izmed razlogov manjše uspešnosti kandidatov je poostritev kriterijev izpitne komisije. Navsezadnje je namen uvajanja licenc prav dvig kakovosti turističnih storitev in zato je jasno, da samo želja kandidata po pridobitvi licence ni dovolj. Izpitno komisijo je treba prepričati, da je ta želja podkrepljena z znanjem in drugimi sposobnostmi, ki so pomembne za opravljanje tega poklica (www.gzs.si).

Opravljeni izpit dokazuje, da je kandidat uspešno zagovarjal seminarsko nalogo za izbrani program vodenja, odgovoril na šest zastavljenih izpitnih vprašanj in prepričal izpitno komisijo v svojo sposobnost komuniciranja preko mikrofona. Zgoraj navedeno kljub temu ne jamči, da bo kandidat zares dober ali celo odličen vodnik (www.gzs.si).

Delo turističnega vodnika je zelo zahtevno, kompleksno in večplastno in se ne kaže le v bogatem teoretičnem znanju in z govorniško spretnostjo. Dober turistični vodnik se izoblikuje počasi skozi prakso in z nabiranjem večletnih izkušenj. Opravljeni izpit na GZS je le dokaz, da kandidat dosega določen minimum zakonsko predpisanih pogojev, ki mu šele odprejo vrata v svet turističnega vodenja. V kakovostno opravljeno vodenja mora vsak posameznik vložiti še veliko lastnega truda in novih znanj, ki jih bo nabiral skozi vse življenje. Poleg tega morajo turistične agencije, če hočejo dobro opravljeno storitev vodenja, tudi same nekaj prispevati k oblikovanju odličnosti turističnih vodnikov. Kandidat je z uspešno opravljenim izpitom pri GZS naredil šele prve korake na dolgi poti k uresničevanju zgoraj omenjenih ciljev (www.gzs.si).

4.4.1.3 ZAKON O POSPEŠEVANJU TURIZMA IN TURISTIČNI SPREMLJEVALEC

Na začetku tega poglavja sem zaradi pogostosti neustrezne uporabe pojmov, predstavila razliko med poklicema turističnega vodnika in turističnega spremljevalca. Sedaj bom na kratko predstavila še razlike med omenjenima poklicema temelječe na zakonodaji.

Tudi turistični spremljevalec mora opraviti zakonsko predpisan preizkus znanja za pridobitev naziva »turistični spremljevalec«. Prva razlika med omenjenima preizkusoma znanja je v težavnostni stopnji, saj vsebuje preizkus znanja za turističnega spremljevalca manj obveznih vprašanj. Druga razlika temelji na seminarski nalogi, ki je pri kandidatu za turističnega spremljevalca nekoliko krajša, saj vsebuje najmanj tridnevno potovanje, ki se veže le na dve nočitvi, prav tako pa kandidat izpusti tematsko poglavje o zanimivostih in znamenitostih. Vsa ostala poglavja seminarske naloge so enaka kot pri turističnem vodniku. Pri GZS se prav tako vodi register turističnih spremljevalcev, ki vsebuje enake podatke kot register turističnih vodnikov (www.gzs.si). Podoben pa je tudi člen kazenske določbe (nekoliko manjši znesek), v kolikor turistični spremljevalec krši zakon (ZPT, 1998).

Država je s sprejetjem ZPT uredila zmedo na tem področju in natančneje opredelila poklice turističnega vodnika, turističnega spremljevalca in lokalnega turističnega vodnika ter uvedla preizkus znanja, ki omogoči pridobitev posameznega naziva. Vendar pa izsledki raziskave, ki je bila predstavljena na simpoziju Nacionalnega turističnega združenja v Mariboru, vseeno opozarjajo na to, da bi morala imeti država še bolj aktivno vlogo pri usmerjanju, koordinaciji, usklajevanju in ocenjevanju kakovosti različnih programov izobraževanja in nadaljnega usposabljanja vseh delavcev v turizmu. Hkrati pa bi lahko sodelovala tudi pri sofinanciranju tistih, ki se v turizmu morajo stalno izobraževati, če želijo ostati uspešni, učinkoviti, predvsem pa konkurenčni, kar še posebej velja za turističnega vodnika (Turizem – Generator zaposlovanja v 3.tisočletju, 2000).

4.5 NALOGE TURISTIČNEGA VODNIKA

Prva naloga turističnega vodnika je, da pred pričetkom potovanja seznaniti potnike z nekaterimi osnovnimi podatki, ki vključujejo njegovo ime in priimek, ime in priimek voznika ter ime turistične agencije, ki je potovanje organizirala. Med nadaljnje naloge turističnega vodnika spadajo (Resnik, Bončina, 1999, str. 9):

- seznanitev potnikov z opisom poti, časovnim razporedom potovanja, predvidenimi postanki med potjo, trajanjem postankov in točno uro nadaljevanja poti,
- seznanitev potnikov s pravili potovanja, zadrževanjem v skupnih prostorih (WC) in redom tekom potovanja na avtobusu (prepovedano kajenje, pogovarjanje z voznikom, zadrževanje izven predvidenega sedeža – hoja in gibanje v avtobusu, ki ogroža varnost potnikov, upravljanje s sedežnimi naslonjali, lučjo, alarmom, klimo itn.),
- predstavitev programa potnikom,
- seznanitev potnikov s potrebno dokumentacijo in preverjanje ali jo potniki dejansko imajo s seboj,
- opravljanje obmejnih formalnosti (carina, obmejna policija),
- opisi in strokovna razlaga na poti,
- usmerjanje voznika (v primeru avtobusnega potovanja),
- seznanitev potnikov s hišnim redom v namestitvenem obratu,
- razporeditev gostov v namestitvenem obratu v skladu s predloženim seznamom,
- upravljanje z voucherji – predaja voucherjev soizvajalcem programa (hotelirji, institucije za obisk turističnih znamenitosti, morebitni prevozi z lokalnim prevoznikom itn).

Naloga vodnika pri opravljanju njegovega dela ni izčrpana s tem, da je delo opravil, ampak je pomembno tudi, kako je to delo opravil. Ni namreč dovolj, da goste pripelje domov s potovanja žive in zdrave, pomembno je tudi, kako in na kakšen način je opravil svoje delo, kako je predstavil kraje, ki so jih s turisti obiskali, kako je izpolnil njihov preostali čas, da so le ti s potovanja odnesli največ (Resnik, Bončina, 1999, str. 9).

4.6 ODNOS VODNIKA DO OSTALIH UDELEŽENCEV STORITVE

Turizem je pojav, ki temelji na svobodni volji vseh udeležencev (gosta, potovalne agencije, prevoznika, hotelirja), zato zahteva popolno spoštovanje osebnosti vsakega izmed njih. Enako pravilo velja tudi za turističnega vodnika. Pri svojem delu nastopa predvsem kot predstavnik turistične agencije, ki ga je najela, zato ni priporočljivo, da vztraja pri osebnem stilu najsi je še tako avtentičen, ampak je priporočljivo, da upošteva želje delodajalca v zvezi z obnašanjem pri svojem delu. Zaželeno je, da potnikom (pri razlagi, ali pri neformalnem pogovoru) in ostalim udeležencem pri turistični storitvi ne razlaga svojih osebnih mnenj in prepričanj (Resnik, Bončina, 1999, str. 7-9).

4.6.1 ODNOS TURISTIČNEGA VODNIKA DO DELODAJALCA

Turistični vodnik je v rednem ali pogodbenem delovnem razmerju z delodajalcem – turistično ali potovalno agencijo, v katerega je vstopil prostovoljno. V primeru, da turistični vodnik z delodajalcem ni v rednem delovnem razmerju, ne sme zasebno uporabljati imena in ugleda delodajalca s katerim posluje. Odnos do delodajalca je temeljni poslovni odnos, preko katerega turistični vodnik vzpostavlja stike in odnose z drugimi udeleženci pri turistični storitvi. Turistični vodnik mora svoje delo in obnašanje v stiku z drugimi udeleženci potovanja najprej uskladiti z zahtevami in interesi delodajalca in ne obratno, da bi delodajalec zadovoljil merila turističnega vodnika.

Čeprav je turistični vodnik na potovanju predstavnik delodajalca, so njegova pooblastila omejena. Na potovanju samostojno odloča le o stvareh, ki zadevajo potovanje in ki nimajo finančnega ozadja. V morebitnih spornih primerih mora zaprositi za navodila odgovornega delodajalca. Morebitne nesporazume z udeležencem potovanja prav tako rešuje neposredno z delodajalcem in nikoli v navzočnosti drugih udeležencev oziroma tretjih oseb (Resnik, Bončina, 1999, str. 11-15).

Turistični vodnik se mora pri svojem delu obnašati pošteno, vljudno in zmerno. Na poti je predstavnik delodajalca, ki ga je najel za opravljanje storitev vodenja. Njegov nastop mora biti temu primerno resen in posloven – takšen, da ga bodo ostali udeleženci pri turistični storitvi spoštovali ter njegove pripombe in nasvete jemali resno (Resnik, Bončina, 1999, str. 11-15).

Vodnik je prav tako dolžan spoštovati poslovne skrivnosti⁵ in informacije, ki jih dobi od delodajalca. Ne glede na delodajalca mora turistični vodnik delo opravljati intenzivno in dobro. Pri tem pa nima pravice pred turisti komentirati cen in storitev enega delodajalca v primerjavi z drugim. Delodajalca je dolžan pravočasno in točno obveščati o poteku potovanja in programa, ter o težavah s katerimi se srečuje. Brez vednosti delodajalca ne sme peljati na potovanje nikogar,

⁵ Poslovna skrivnost je katerakoli formula, vzorec ali zbirka informacij, ki jih uporabljamo pri poslu in nam daje možnost, da dosežemo prednost pred konkurenti, ki jih ne poznajo ali ne uporabljajo (Glas, 2000 – gradivo predavanj).

tudi če se s tem ne povečajo stroški potovanja. Prijatelji ali znanci turističnega vodnika morajo imeti na potovanju enake pravice in dolžnosti kot drugi udeleženci (Resnik, Bončina, 1999, str. 11-15).

Vodnik nima pravice spreminjati programa potovanja tako, da vodi svoje goste po lokalih, kjer priznavajo odstotke od zaslужka z gosti. Prav tako nima pravice sam, brez vednosti in soglasja turistične agencije, organizirati fakultativne izlete. Spremembe v programu so dovoljene le, če jih povzročijo izredne okoliščine, ki jih organizator potovanja ni mogel predvideti niti se jim izogniti, v kolikor bi do njih prišlo. Stroške nastale s spremembo programa trpi organizator potovanja, morebitno zmanjšanje stroškov pa gre v prid potnikom (OZ, 2001).

Posebna pozornost se pri odnosu do delodajalca posveča »gratis« storitvi in proviziji. Gratis⁶ storitev je praviloma dohodek turistične agencije, ki je potovanje organizirala, in le ta lahko odloči kako bo porabljen. Ponekod hotelirji, restavracije in prevozniki na 20 do 30 plačanih storitev priznajo eno brezplačno storitev, ki jo turistična agencija porabi bodisi za turističnega vodnika bodisi za voznika. Pri tem se tako vodnik kot voznik morata zavedati, da je brezplačna storitev dohodek agencije in le ta lahko odloči komu jo bo odstopila (Resnik, Bončina, 1999, str. 7-9).

Enako je s provizijo⁷, glede katere se turistična agencija prav tako sama odloči, komu jo bo odstopila. Tako se ima agencija pravico odločiti, ali bo vodniku prepustila provizijo v celoti, samo določen odstotek celotne provizije ali nič. Provizije predstavljajo v nekaterih državah, tako kot napitnine, del poslovnih odnosov in običajev in se jim enostavno ne da izogniti (Osredečki, Osredečki, 1988, str 32). V vsakem primeru je potrebno pri tem paziti na pravo mero in ravnati skrajno pošteno.

O morebitni gratis storitvi in proviziji se mora turistični vodnik z agencijo dogovoriti pred samim odhodom na potovanje. V kolikor je zaslužek (npr. od fakultativnih izletov) nastal na pobudo in ob prizadevanju vodnika ter ni v nasprotju z obstoječim programom, ampak ga celo obogati, je zaslužek v celoti vodnikov. Vodnikova obveznost je, da poravna stroške, ki so nastali v zvezi s tem (stroški prevoza, vstopnin in drugih udeležencev pri organizaciji storitve). Poleg tega cena fakultativne storitve ne sme biti večja od tiste, ki bi jo turist plačal kot posameznik, v kolikor bi jo najel (Resnik, Bončina, 1999, str. 7-9).

4.6.2 ODNOS TURISTIČNEGA VODNIKA DO POTNIKA – GOSTA

To je drugi, temeljni in vsebinsko najpomembnejši poslovni odnos, v katerega vstopa turistični vodnik po nalogu delodajalca. Gost je najpomembnejša oseba v turizmu, saj so od njegove izbire in finančnih sredstev odvisni vsi drugi udeleženci, ki sooblikujejo turistično storitev (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27). Turistični vodnik mora spoštovati potnikovo osebnost in svobodno

⁶ Brezplačna storitev, ki se odobrava na določeno število plačanih storitev.

⁷ Odstotki od zaslужka s porabniki turističnih storitev.

voljo in temu primerno prilagoditi svoje delo in obnašanje. Vodnik lahko gosta nekaj zaprosi, mu predlaga, svetuje, ponudi itn., ne more pa mu ukazovati oziroma vsiljevati svoje volje, izjemoma le v primeru, ko je ogrožena izvedba programa ali varnost drugih potnikov oziroma celotne skupine. Gost je na prvem mestu, zato mu mora turistični vodnik vedno ponuditi prednost pri vstopanju na avtobus, pri namestitvi v hotelu, pri postrežbi v restavraciji itn. Poleg tega mora vodnik spoštovati versko, politično, etično in moralno prepričanje gosta ter se ne sme z njim spustiti v razpravo o njegovem osebnem prepričanju. Tovrstnim temam se je priporočljivo izogibati (Etični kodeks v turizmu, 2001).

Turistični vodnik ne sme na podlagi osebnih nagnjen dajati prednost posameznim gostom, drugih pa na ta račun zanemarjati. Starejši, invalidi, otroci in nosečnice vsekakor potrebujejo večjo pozornost pri posameznih segmentih potovanja, vendar ne na račun ostalih gostov (Etični kodeks v turizmu, 2001). Turistični vodnik se mora do vseh gostov obnašati v skladu s pravili lepega vedenja. Goste obeh spolov, razen zelo mladih mora vikati (Osredečki, Osredečki, 1988, str. 31). Izogibati se mora tudi pretirani domačnosti, čeprav jo posamezen gost ponudi. Izrecno pa je turističnemu vodniku prepovedano izkoriščati svoj položaj v primerjavi z gosti. Izkoriščanje položaja se lahko kaže v zagotovitvi boljše prehrane, v udobnejši namestitvi, prednosti v vrstah itn. Na potovanju turistični vodnik skrbi za goste štiriindvajset ur na dan (podnevi aktivno, ponoči pasivno). Gostom mora biti na voljo tako v času obrokov, ki so predvideni v programu, kot v prostem času, ko jim mora posredovati vse potrebne podatke, da se lahko sami znajdejo. V času počitka se je dolžan odzvati, ukrepa pa lahko le v nujnih primerih (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27).

Turistični vodnik mora gosta seznaniti (poleg seznanjanja z znamenitostmi krajev) z zakonskimi, moralnimi, družbenimi, sanitarnimi predpisi in navadami države, kamor se potuje. Spoštovati mora navade, običaje in zakone države po kateri poteka potovanje, čeprav se morda z urejenostjo posameznih stvari v tej državi ne strinja (Etični kodeks v turizmu, 2001). Njegova naloga je seznanjanje potnikov, ne pa komentiranje ali celo prepričevanje. Svoje mnenje je dolžan povedati na obziren način, pri čemer pretirano navdušenje ali ironija nista zaželeni.

Gost ima vso pravico, da storitve programa, za katere je plačal, uživa v miru, v normalnem okolju in na običajen način. Druge osebe (turistični vodnik, voznik in ostali gosti), nimajo pravice tega preprečevati. V kolikor pride do nezaželenega obnašanja s strani kateregakoli gosta, ga mora turistični vodnik najprej opozoriti in šele nato lahko ukrepa. Vsekakor pa mora pobuda za ukrepanje priti iz vrst ostalih gostov na potovanju. Skrajne ukrepe lahko vodnik uporabi šele v primeru, če razmere postanejo nevdružne. V taki situaciji se mora posvetovati s turistično agencijo in zahtevati pisna navodila (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27).

Turistični vodnik se mora do gostov iste agencije, ki imajo drugega vodnika, obnašati enako kot do svojih gostov. Zagotoviti jim mora vso pomoč in informacije, v kolikor s tem ne ogroža lastnega programa potovanja. Prav tako ne sme odreči pomoči gostom drugih turističnih agencij. Tem pomaga le pri stvareh, za katere ga izrecno prosijo. Ne sme poudarjati svoje osebnosti z namenom, da bi pri gostih izzval občutke občudovanja ali usmiljenja. Z njimi ne sme razpravljati

o denarnih nadomestilih za delo, ki mu pripadajo (dnevnice, stroški, nagrade). Prav tako si od potnikov nikoli ne sme izposoditi njihovega denarja. Tega ne sme storiti niti v imenu delodajalca, saj mu je ta dolžan zagotoviti dovolj denarja ob začetku potovanja. Poleg tega ni priporočljivo, da gostu posodi svoj denar, službenega pa prav tako nima pravice posojati (Resnik, Bončina, 1999, str.16-27).

Ob koncu potovanja ima vsak gost pravico, da turistični agenciji pove svoje mnenje o potovanju in storitvah, ki jih je bil deležen. Nekatere turistične agencije so zadevo preprosto rešile z izvajanjem ankete ob koncu potovanja, kar je najenostavnejši način, da gost izrazi svoje mnenje o potovanju in storitvah vodenja. Turistični vodnik nima pravice gostu kratiti te možnosti ali na katerikoli način komentirati njegove odločitve (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27).

4.6.3 ODNOS TURISTIČNEGA VODNIKA DO VOZNIKA

Tretji temeljni poslovni odnos na potovanju je odnos turističnega vodnika in voznika, ki predstavlja zelo pomemben dejavnik uspeha potovanja. Za ta odnos je značilna velika mera kolegialnosti in sodelovanja, ob tem pa jasna razmejitev nalog, pravic in dolžnosti obeh posameznikov. Turistični vodnik predstavi voznika potnikom na začetku potovanja, s čimer mu pomaga, da se lažje vključi (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27).

Voznik odgovarja za tehnično brezhibnost in čistost vozila. Med samo vožnjo skrbi za varnost in udobje potnikov, skupaj s turističnim vodnikom pa za varno vstopanje in izstopanje potnikov iz vozila ter za parkiranje in garažiranje. Turistična agencija (v njenem imenu tudi turistični vodnik) je dolžna voznika pravočasno (pred odhodom na potovanje) obvestiti o programu potovanja, času odhoda in drugih podrobnostih, ki so nujne za pravilno načrtovanje in izpeljavo programa. Najbolje je, da voznika pisno seznanimo s pomembnimi naslovi, telefonskimi številkami in kraji, kjer se bo program odvijal. Vse ostale sklepe in navodila v zvezi z izpeljavo programa daje vodnik in zanje tudi moralno in materialno odgovarja. Priporočljivo pa je, da se o svojih namerah posvetuje z voznikom (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27).

Z voznikom se je vodnik dolžan posvetovati tudi glede tehničnih lastnosti vozila in drugih podrobnostih, ki so potrebne za pravilno načrtovanje in izpeljavo poti. Pomembne so vozne lastnosti in oprema vozila (avdio, video, mikrofoni). Turistični vodnik je dolžan vozniku pomagati pri pravilni uporabi vozila in mora potnike pravočasno in na primeren način obvestiti o uporabi posameznih delov vozila (opore za roke, naslonjala, prezračevanje, WC, koš za smeti). Prav tako mora poskrbeti, da je voznik deležen vseh storitev v skladu s pogodbo in programom potovanja (te storitve so najmanj enake tistim, ki jih imajo gostje). Vozniku je potrebno v skladu z zakonom omogočiti počitek in čas za prehrano. Vse ostale uradne informacije, obvestila, navodila, stike z gosti in drugimi udeleženci na potovanju, so v izključni pristojnosti turističnega vodnika in ne voznika (tudi obvestila in opozorila v zvezi z napačno rabo vozila) (Resnik, Bončina, 1999, str. 16-27).

Komuniciranje med turističnim vodnikom in voznikom mora v navzočnosti drugih oseb potekati v skladu s pravili lepega vedenja, profesionalno in dostojno (Osredečki, Osredečki, 1988, str. 31). Morebitne nesporazume morata reševati brez navzočnosti tretjih oseb. Turistični vodnik ne sme vplivati na voznikovo delo, ga siliti k hitrejši vožnji, ovirati pri sami vožnji in pri spoštovanju prometnih predpisov ter varnostnih načel. Ob koncu potovanja je turistični vodnik dolžan za delodajalca objektivno oceniti voznikovo delo (Resnik, Bončina, 1999, str. 27).

4.6.4 ODNOS DO ZAPOSLENIH NA DRUGIH PREVOZNIH SREDSTVIH

Pri odnosu do posadk drugih prevoznih sredstev (letala, ladje, vlaka) se mora turistični vodnik zavedati, da predstavlja samo enega od individualnih potnikov, kar pomeni, da zanj veljajo enaka pravila kot za vse ostale potnike prevoznega sredstva. Vsekakor pa je v interesu varnosti potnikov, da se turistični vodnik pri posadki pozanima, kakšna so pravila obnašanja na določenem prevoznem sredstvu in nato s pomočjo posadke o tem obvesti svoje goste. Čeprav vodnik nima nobenih posebnih pravic, mu ostane nekaj dolžnosti. Njegova najpomembnejša dolžnost je, da ima pregled nad svojimi gosti in jim, tako da ne ovira dela posadke, pomaga pri izpolnjevanju pravil vedenja (Resnik, Bončina, 1999, str. 27). Pomembno pa je, da se tudi na teh prevoznih sredstvih do svojih gostov obnaša v skladu s pravili lepega vedenja (Osredečki, Osredečki, 1988, str. 31).

Vodnik mora prav tako poskrbeti, da prevoznik in njegovo osebje v celoti izpolnita pogodbene obveznosti do potnikov, tako da se lahko program potovanja izpelje kot je bil razpisan in za katerega so gostje plačali. V kolikor storitev prevoznika ne ustreza pogodbenim obveznostim, je vodnik dolžan uradno zabeležiti vrsto in kakovost prejete storitve ter prositi prevoznika, da ugotovitev potrdi (Resnik, Bončina, 1999, str. 27).

4.7 ZAKONSKA PODLAGA V DRUGIH DRŽAVAH

4.7.1 DRŽAVE EVROPSKE UNIJE

Enako kot slovenska zakonodaja loči tudi zakonodaja Evropske Unije (v nadaljevanju besedila EU) poklica turistični vodnik in turistični spremljevalec oziroma vodnik spremljevalec, čeprav se definiciji poklicev nekoliko razlikujeta. Vodnik spremljevalec spremlja turistične skupine v eno izmed ostalih držav EU in ne vodi turističnih skupin po matični državi. Edini pogoj, ki ga mora izpolniti oseba, ki želi postati vodnik spremljevalec, so dvoletne delovne izkušnje. Ta pogoj je postavljen s strani države gostiteljice, v katero potovanje poteka (www.europa.eu.int). Za razliko od vodnika spremljevalca vodi turistični vodnik skupine ljudi (tujce ali domačine) po matični državi in sicer v jeziku, ki ga te zahtevajo, in predstavlja naravno in kulturno dediščino države. Pridobiti si mora vrsto potrebnih potrdil, izdanih in potrjenih s strani pristojnega organa posamezne države članice EU. Zaposlen je lahko pri turistični agenciji oziroma pri kakšni drugi turistični organizaciji, v tem primeru se ga najame kot zunanjega sodelavca. Poklic turističnega vodnika je zakonsko predpisan in reguliran v osmih državah članicah EU, to so Avstrija, Belgija,

Grčija, Francija, Italija, Luksemburg, Portugalska in Španija. V teh državah morajo kandidati, ki si želijo pridobiti naziv turistični vodnik, skozi program predpisanega izobraževanja, na podlagi katerega pridobijo potrebno licenco ali dovoljenje za opravljanje dejavnosti vodenja. V preostalih sedmih državah EU poklic turističnega vodnika ni zakonsko opredeljen. Obstajajo sicer razni tečajji, ki pa niso zakonsko obvezni za opravljanje poklica (www.touristguides-europa.org).

Turistični vodnik mora biti podkovan na različnih področjih. Posebej so izpostavljene lingvistične sposobnosti, razgledanost oziroma splošno znanje zgodovine, geografije, umetnosti, arhitekture, ekonomije, politike, religije in sociologije, govorne sposobnosti in različne komunikacijske tehnike, ki zajemajo »umetnost vodenja«. Osem držav EU, ki sem jih navedla v prejšnjem odstavku, je sprejelo zakonodajo na tem področju in s tem omogočilo izobraževalne programe za turistične vodnike. Izobraževanje v preostalih sedmih državah, kjer zakonsko določena regulacija ne obstaja, pa poteka različno. V nekaterih so organizirani le tečajji, v drugih so organizirana različni izobraževalni seminarji, ki potekajo ali ob koncu tedna ali nekaj krat na teden. Cilj držav EU je, da se v prihodnosti izobraževanje poenoti. V kolikor bo do tega prišlo, bo pogoj za pridobitev licence in s tem možnosti za opravljanje poklica turističnega vodnika usposabljanje, ki bo predvidoma trajalo tri leta.

Usposabljanje bo sestavljeno iz dveh delov:

1. Prvi del bo pokrival splošno znanje o Evropi, tako da bo turistični vodnik lahko vodil skupine po vseh državah EU. Ta del izpita bo sestavljen iz pisnega in ustnega dela.
2. Drugi del bo pokrival ostala področja, ki zajemajo splošno znanje in sem jih zgoraj že omenila. Ta del izpita bo poleg pisnega in ustnega dela zajemal še praktičen del (www.touristguides-europa.org).

Po mnenju združenja turističnih vodnikov so odgovornosti in naloge turističnega vodnika naslednje:

1. Strokovno vodenje izvedeno v skladu z zahtevami potovalne agencije in porabnikov storitev – gostov, s poudarkom na izvrševanju predstavljenega programa potovanja.
2. Ustvarjanje prijetnega in prijateljskega vzdušja, ki je v skladu z zahtevami porabnikov.
3. Upoštevanje pravil lepega in vzornega vedenja (www.touristguides-europa.org).

4.7.2 MALTA

Naziv turistični vodnik si pridobi vsak, ki je v skladu z zakonodajo opravil predpisano preverjanje znanja. Pogoj za opravljanje dejavnosti je registracija, ob kateri se podeli licenca s strani malteškega Ministrstva za turizem. Licenca je veljavna eno leto od datuma izdaje, če ni drugače določeno s strani pristojnega organa. Kandidata, ki pristojni organ ne prepriča, da je sposoben opravljati delo turističnega vodnika, se ne registrira. Turističnemu vodniku se ob registraciji izda izkaznica s fotografijo, ki jo mora pri vodenju izleta vedno nositi na vidnem mestu (www.tourism.gov.mt). Registrirani turistični vodniki se morajo, v kolikor pristojni organ

to zahteva, udeležiti dodatnega izobraževanja, saj so v primeru neudeležbe avtomatsko izbrisani iz registra turističnih vodnikov. Naloga vodnika je opredeljena kot strokovno vodenje organizirane skupine potnikov po vnaprej določenem programu, ki je predlagan s strani potovalne agencije. Turistični vodnik lahko program potovanja spremeni samo v izrednih razmerah. Potnike je vedno dolžan spremljati (razen v prostem času). Turistična agencija mu mora zagotoviti; prevozno sredstvo, brezplačno prehrano v primeru celodnevne izleta, plačilo vstopnin in prevoz do kraja, kjer se izlet začne (www.tourism.gov.mt).

Časovni okvir izletov je na Malti strogo definiran. Razlikujejo pol-dnevni izlet, ki ni daljši od štirih ur, celo-dnevni izlet, ki ni daljši od osmih ur, nočni izlet, ki ni daljši od petih ur, in izlet iz Malte na Gozo, ki ni daljši od devetih ur. V kolikor agencija štiriindvajset ur pred pričetkom izleta le tega odpove, je turističnemu vodniku vseeno dolžna izplačati celotno plačilo. Če po drugi strani dogovora ne spoštuje turistični vodnik in ne zagotovi storitev vodenja oziroma priskrbi drugega turističnega vodnika z enakimi kvalifikacijami za opravljanje dela, je dolžan turistični agenciji plačati kazen v višini svojega zaslužka. V kolikor je ne-spoštovanje dogovora posledica zdravstvenega stanja turističnega vodnika, se mora to osemindvajset ur pred načrtovanim izletom javiti turistični agenciji. V tem primeru vodniku ni potrebno plačati kazni. Višina plačila je ponavadi vnaprej dogovorjena. Če turistična agencija zahteva kakšne dodatne sposobnosti vodnika (vodenje izleta v dveh jezikih, vodenje ob nedeljah in praznikih), je to razvidno iz dodatka pri plačilu (www.tourism.gov.mt).

5 RAZISKAVA O ZNAČILNOSTIH TURISTIČNEGA VODNIKA

Zaradi pomanjkanja sekundarnih podatkov o značilnostih turističnega vodnika, ki so pomembne za posameznega porabnika, sem se odločila pridobiti čimveč primarnih podatkov, ki jih v nadaljevanju diplomskega dela tudi predstavljam.

Najprej sem se lotila eksplorativnega raziskovanja, natančneje metode globinskega intervjuja, ki spada med kvalitativne metode raziskovanja. Uporabimo ga predvsem takrat, ko si želimo pridobiti globlja spoznanja o splošni naravi nekega problema (Rojšek, 1997, str. 2). Za obliko globinskega intervjuja se v prvi vrsti odločimo zaradi naslednjih razlogov (Žabkar, 2000 – gradivo predavanj), da:

1. se bolj seznanimo z raziskovalnim problemom,
2. lažje razvijemo domneve, ki jih je potrebno preveriti v nadaljnjih raziskavah,
3. nas seznanijo z različnimi možnimi smermi poteka raziskave in nam pomaga, da izberemo najpomembnejšo,
4. lažje razvijemo ustrezen vprašalnik.

Na podlagi pridobljenih podatkov iz globinskih intervjujev sem lahko nadaljevala z raziskavo in oblikovanjem ustreznega vprašalnika. Naslednje podpoglavje zajema tržno raziskavo o značilnostih oziroma profilu turističnega vodnika, kot si ga želijo porabniki storitev vodenja.

5.1 OSNOVNI IN IZVEDENI CILJI RAZISKAVE IN DOMNEVE

OSNOVNI CILJ

Namen osnovnega cilja je, ugotoviti, kakšne značilnosti turističnega vodnika preferirajo anketiranci oziroma katere lastnosti bi po njihovem mnenju moral imeti turistični vodnik, da kakovostno posreduje storitev vodenja.

IZVEDENI CILJI

1. Ugotoviti, kolikokrat so se anketiranci v preteklih 5 letih udeležili organiziranega potovanja, ki ga je vodil slovenski turistični vodnik.
2. Identifikacija osebnostnih lastnosti, ki so v očeh anketirancev pomembne pri turističnem vodniku.
3. Identifikacija področij znanja, ki jih turistični vodnik po mnenju anketirancev mora obvladati.
4. Ugotoviti, katere fizične lastnosti preferirajo anketiranci pri turističnem vodniku.
5. Ugotoviti, ali se je v zadnjem obdobju, po mnenju anketirancev, spremenila usposobljenost turističnih vodnikov.

DOMNEVE

Domneve, predstavljene v nadaljevanju, v celoti temeljijo na informacijah, pridobljenih iz globinskih intervjujev, saj podobne raziskave še niso bile izvedene oziroma niso dostopne. Na podlagi zastavljenih vprašanj v vprašalniku sem se odločila za preverjanje naslednjih domnev:

1. Anketiranci z neto dohodkom višjim od 350.001 SIT so se v preteklih 5 letih večkrat udeležili organiziranega potovanja kot anketiranci z nižjim mesečnim dohodkom.
2. Dokončana stopnja izobrazbe anketirancev vpliva na njihovo mnenje glede usposobljenosti turističnih vodnikov.
3. Starost anketirancev vpliva na vrednotenje področij znanja in osebnostnih lastnosti turističnega vodnika.
4. Spol anketirancev vpliva na ocenjevanje fizičnih lastnosti turističnega vodnika.

5.2 METODOLOGIJA RAZISKAVE

Metoda, ki sem jo uporabila pri izvajanju tržne raziskave, je deskriptivna ali opisna metoda, ki zajema pretežni del trženjskega raziskovanja. Namen opisnega raziskovanja je posredovati kar se da natančen posnetek nekega vidika trženja in njegovega okolja (Rojšek, 1997, str. 2).

5.2.1 RAZISKOVALNI INSTRUMENT

Orodje, ki sem ga izbrala za izvajanje raziskave, je anketni vprašalnik (priloga 3), ki so ga anketiranci izpolnjevali ob prisotnosti anketarja.

Ena izmed značilnost anketiranja je, da komuniciramo z vzorcem sogovornikov. Pri tem gre za strukturirano komuniciranje, kjer cilj raziskave anketirancu ni prikrit. Največji prednosti anketiranja sta, da lahko na ta način zberemo podatke večje množice ljudi in da lahko na osnovi vzorca sklepamo na populacijo. Največja slabost pa je, da je anketiranje relativno draga metoda, ki zahteva veliko znanja iz vzorčenja, pri sestavi vprašalnika in analizi dobljenih podatkov (Žabkar, 2000 – gradivo predavanj).

Vseh devet vprašanj, ki jih vsebuje vprašalnik (priloga 4), je strukturiranega tipa, kar pomeni, da so možni odgovori vnaprej dani in da se anketiravec zaveda namena raziskave. To vrsto vprašalnika sem izbrala zato, ker omogoča vsem anketirancem enake možnosti za odgovor, poleg tega pa so odgovori anketirancev tudi bolj zanesljivi, kar pomeni da jih je lažje interpretirati. Nenazadnje dobimo s strukturiranim vprašalnikom tudi bolj pregledne podatke, ki jih je lažje analizirati. Pri prvem in šestem vprašanju so anketiranci izmed navedenih odgovorov obkrožili enega. Pri vprašanjih pod zaporedno številko dva, tri in štiri sem za merjenje stališč anketirancev uporabila Likertovo lestvico, katere poglobljena prednost je, da omogoči anketirancu izraziti intenzivnost občutka (Žabkar, 2000 – gradivo predavanj). Preostala vprašanja se nanašajo na osebne podatke anketirancev.

Vprašalnik sem testirala na petih osebah. Bistvenih popravkov v vprašalniku ni bilo potrebno narediti, spremenjenih je bilo le nekaj nejasnosti. Omenjene popravke nisem vključila v predstavitevno analizo dobljenih podatkov.

Vrnjene vprašalnike sem obdelala s statističnim paketom SPSS.

5.2.2 POTEK RAZISKAVE

Anketiranje je potekalo naključno, z izbiranjem potencialnih kandidatov. Pri izbiri kandidatov sem postavila dve omejitvi:

1. Starost kandidata ni smela biti nižja od 15 let.
2. Kandidat je moral v preteklih petih letih vsaj enkrat biti na organiziranem potovanju, ki ga je vodil slovenski turistični vodnik.

Anketo o 'Značilnostih turističnega vodnika' sem izvedla v času od 10.04.2003 do 24.10.2003. V končni *priložnostni vzorec*, ki temelji na verjetnostnem računu (Žabkar, 2000 – gradivo predavanj), sem vključila 100 vprašalnikov primernih za analizo pridobljenih podatkov.

5.3 ZNAČILNOSTI VZORCA

V tabeli 3 so predstavljene opisne sociodemografske značilnosti anketirancev, to so: spol, starost, dopolnjena izobrazba in neto mesečni dohodek gospodinjstva.

Tabela 3: Sociodemografske značilnosti anketirancev v odstotkih

Sociodemografske značilnosti anketirancev	Podskupina	%
Spol	Moški	41
	Ženski	59
Starost	Od 15 let do 24 let	22
	Od 24 let do 44 let	49
	Od 45 let do 64 let	24
	Nad 65 let	5
Dopolnjena izobrazba	Osnovna izobrazba ali manj	7
	Nižja in srednja poklicna ali strokovna izobrazba	14
	Srednja splošna izobrazba	43
	Višja izobrazba	12
	Visoka izobrazba ali več	24
Neto mesečni dohodek gospodinjstva	Do 150.000 SIT	7
	Od 150.001 SIT do 350.000 SIT	47
	Od 350.001 SIT do 550.000 SIT	32
	Od 550.001 SIT do 750.001 SIT	8
	Nad 750.000 SIT	6

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

41 odstotkov anketirancev je bilo predstavnikov moškega spola, 59 odstotkov pa predstavnic ženskega spola.

Večina anketirancev spada v starostni razred od 24 do 44 let (49 odstotkov). Temu sledijo anketiranci tretjega starostnega razreda, od 45 do 64 let, s 24 odstotki in anketiranci preostalih dveh starostnih razredov, prvega z 22 odstotki in zadnjega s 5 odstotki.

Največ anketirancev ima dokončano srednjo splošno izobrazbo (43 odstotkov), sledi visoka izobrazba ali več s 24 odstotki ter nižja in srednja poklicna izobrazba s 14 odstotki. 12 odstotkov anketirancev ima višjo izobrazbo, najmanj 7 odstotkov anketirancev pa osnovno šolo ali manj.

47 odstotkov anketirancev je v drugem dohodkovnem razredu od 150.001 do 350.000 SIT. Sledijo jim anketiranci v tretjem dohodkovnem razredu z 32 odstotki in anketiranci v četrtem in prvem dohodkovnem razredu z 8 oziroma 7 odstotki. Neto mesečni dohodek nad 750.000 SIT ima 6 odstotkov anketirancev.

5.4 PREDSTAVITEV REZULTATOV RAZISKAVE

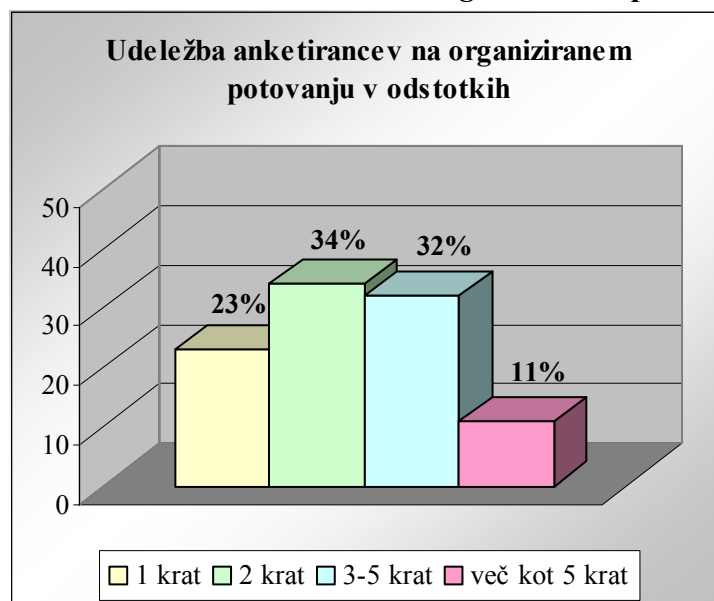
Rezultati raziskave o 'Značilnostih turističnega vodnika' so predstavljeni v enakem zaporedju, kot so bili predstavljeni raziskovalni cilji in domneve v prejšnjem poglavju. V prvem podpoglavju sem predstavila izvedene cilje raziskave, v drugem pa sem se lotila preverjanja domnev.

5.4.1 IZVEDENI CILJI

1. Ugotoviti, kolikokrat so se anketiranci v preteklih 5 letih udeležili organiziranega potovanja, ki ga je vodil slovenski turistični vodnik.

Prvi izmed izvedenih ciljev raziskave je ugotoviti, kolikokrat so se anketiranci v preteklih petih letih udeležili organiziranega potovanja, ki ga je vodil slovenski turistični vodnik. Navedeni so bili štirje možni odgovori, med katerimi so se anketiranci odločili za enega. Rezultate predstavlja slika 3.

Slika 3: Udeležba anketirancev na organiziranem potovanju



Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Izmed 100 anketirancev se jih je največ, kar 34 odstotkov, 2 krat udeležilo organiziranega potovanja ob spremstvu slovenskega turističnega vodnika. 32 odstotkov anketirancev se je potovanja udeležilo 3-5 krat v preteklih petih letih, 23 odstotkov pa le 1 krat. Najmanj anketirancev, in sicer le 11 odstotkov, se je organiziranega potovanja udeležilo več kot 5 krat v preteklih petih letih.

2. Identifikacija osebnostnih lastnosti, ki so v očeh anketirancev pomembne pri turističnem vodniku.

Anketiranci so pri vprašanju o osebnostnih lastnostih turističnega vodnika izbirali med enajstimi navedenimi lastnostmi. Navedene osebnostne lastnosti so ocenjevali z oceno od 1 do 5, pri čemer ocena 1 pomeni, da navedena osebnostna lastnost turističnega vodnika anketirancu sploh ni pomembna, ocena 5 pa, da je zelo pomembna. Rezultate drugega izvedenega cilja predstavlja tabela 4.

Tabela 4: Aritmetične sredine in standardni odkloni osebnostnih lastnosti turističnega vodnika

Osebnostne lastnosti	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Strokovnost ali pripravljenost	4,76	0,4948
Iznajdljivost	4,68	0,5483
Točnost	4,60	0,6195
Prijaznost	4,48	0,6432
Vljudnost	4,48	0,6587
Družabnost	4,20	0,8040
Poštenost	4,15	0,8689
Objektivnost	4,05	0,7160
Smisel za humor	3,97	0,7582
Prepričljivost	3,80	0,9211
Zmernost	3,69	0,9178

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

V zgornji tabeli so spremenljivke razvrščene po padajočem zaporedju in sicer glede na velikost aritmetične sredine. Med navedenimi osebnostnimi lastnostmi je najvišjo povprečno oceno - 4,76 dosegla lastnost *strokovnost ali pripravljenost* turističnega vodnika, kar pomeni, da je to lastnost, ki ima po mnenju anketirancev največjo težo oziroma je najpomembnejša pri turističnem vodniku. Tej lastnosti sledita lastnosti *iznajdljivost* (povprečna ocena 4,68) in *točnost* (povprečna ocena 4,60). Najnižjo povprečno oceno med vsemi je dosegla osebnostna lastnost *zmernost* in sicer 3,69.

3. Identifikacija področij znanja, ki jih turistični vodnik po mnenju anketirancev mora obvladati.

Cilj tretjega vprašanja je identificirati različna področja znanja, ki jih po mnenju anketiranca mora obvladati turistični vodnik. Anketiranci so navedena področja ocenjevali z oceno od 1 do 5, pri čemer ocena 1 pomeni, da področje znanja v očeh anketiranca sploh ni pomembno pri turističnem vodniku, ocena 5 pa, da je ocenjevano področje zelo pomembno. V tabeli 5 so predstavljeni dobljeni rezultati.

Tabela 5: Aritmetične sredine in standardni odkloni področij znanja turističnega vodnika

Področja znanja	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Znanje vsaj enega tujega jezika (npr. angleščine)	4,68	0,5295
Obvladanje jezika države v katero se potuje	4,36	0,8229
Zgodovina	4,35	0,6571
Trenutno stanje v državi (gospodarsko, politično, družbeno)	4,20	0,7385
Prehrambne navade države v katero se potuje	3,94	0,7497
Umetnostna zgodovina z arhitekturo	3,87	0,7870
Etnologija (veda o materialni, družbeni in duhovni kulturi)	3,83	0,9107
Možnosti zabave	3,79	0,9352
Možnosti nakupov	3,56	0,9777

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Navedene spremenljivke različnih področij znanja so ponovno razvrščene po padajočem zaporedju glede na vrednost aritmetične sredine. Področje znanja, ki je po mnenju anketirancev pri turističnem vodniku najpomembnejše, je *znanje vsaj enega tujega jezika*. Ocenjeno je s povprečno oceno 4,68. Temu področju sledita področji *obvladanje jezika države v katero se potuje* (povprečna ocena 4,36) in *znanje zgodovine* (povprečna ocena 4,35). Najnižji povprečni oceni sta dosegli področji *možnosti zabave* (povprečna ocena 3,79) in *možnosti nakupov* (povprečna ocena 3,56).

4. Ugotoviti, katere fizične lastnosti preferirajo anketiranci pri turističnem vodniku.

Četrty izmed naštetih izvedenih ciljev je ugotoviti, katere izmed fizičnih lastnosti preferirajo anketiranci pri turističnem vodniku. Tudi pri tem vprašanju so anketiranci pet navedenih fizičnih lastnosti ocenjevali z oceno od 1 do 5, pri čemer ocena 1 pomeni, da navedena fizična lastnost turističnega vodnika za anketiranca sploh ni pomembna, ocena 5 pa, da je zelo pomembna. Rezultate prikazuje tabela 6.

Tabela 6: Aritmetične sredine in standardni odkloni fizičnih lastnosti turističnega vodnika

Fizične lastnosti	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Hitrost govorjenja	3,73	0,8629
Fizični izgled turističnega vodnika	3,29	0,9979
Barva glasu	2,99	1,0683
Starost turističnega vodnika	2,59	1,0550
Spol turističnega vodnika	2,09	1,1200

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

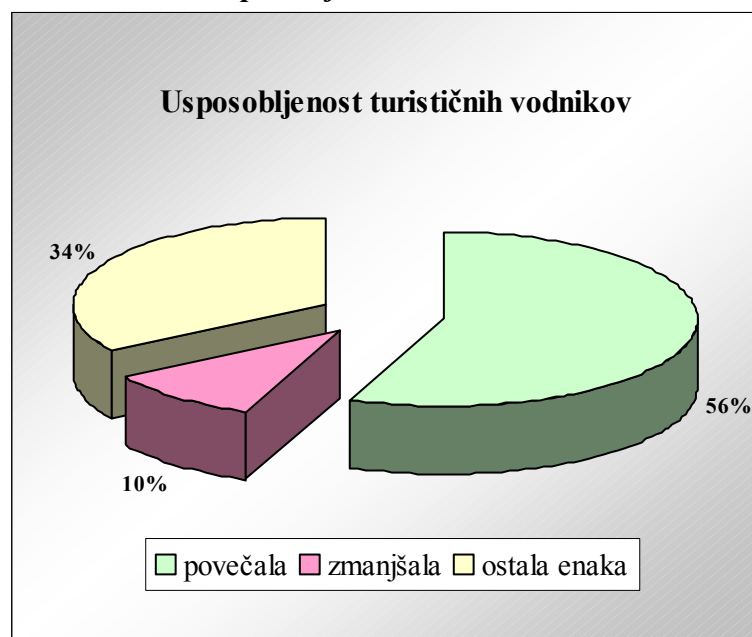
Tudi v tabeli 6 so navedene fizične lastnosti turističnega vodnika razvrščene po padajočem zaporedju glede na vrednost aritmetične sredine. Anketirancem je med navedenimi fizičnimi lastnostmi turističnega vodnika najpomembnejša lastnost *hitrost govorjenja* s povprečno oceno

3,73. Najnižjo povprečno oceno so anketiranci dali fizični lastnosti *spol turističnega vodnika* in sicer 2,09.

5. Ugotoviti, ali se je v zadnjem obdobju po mnenju anketirancev spremenila usposobljenost turističnih vodnikov.

Zadnji izmed izvedenih ciljev raziskave je ugotoviti, ali se je v zadnjem obdobju, to je v obdobju petih let, po mnenju anketirancev, spremenila usposobljenost turističnih vodnikov. Anketiranci so se odločali med tremi danimi odgovori; usposobljenost vodnika se je *povečala*, *zmanjšala* ali *ostala enaka*. Med temi so izbrali enega. Rezultate predstavlja slika 4.

Slika 4: Usposobljenost turističnih vodnikov



Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika, 2003; n=100.

Izmed 100 anketirancev jih je največ, kar 56 odstotkov mnenja, da se je usposobljenost turističnih vodnikov v zadnjem obdobju povečala, 34 odstotkov jih trdi, da se je zmanjšala, preostalih 10 odstotkov pa, da je ostala enaka.

5.4.2 DOMNEVE

Pri analizi domnev raziskave 'Značilnosti turističnega vodnika' sem si pomagala z dvema statističnima metodama.

Prva metoda, ki sem jo uporabila pri statistični analizi pridobljenih podatkov, je kontingenca. Uporabimo jo takrat, kadar preučujemo odvisnost med dvema opisnima spremenljivkama, izmed katerih ima vsaj ena več kot dve vrednosti. Pri preverjanju domneve o neodvisnosti med opisnima spremenljivkama izvedemo v okviru programa SPSS Pearsonov χ^2 (Chi-Square) preizkus (Rogelj, 1998, str.37).

Ničelna in alternativna domneva:

$$H_0: f_{ij} = f'_{ij}$$

$$H_1: f_{ij} \neq f'_{ij}$$

f_{ij} - dejanske frekvence

f'_{ij} - teoretične frekvence

Kot drugo sem uporabila metodo preizkušanja domneve o razliki med dvema aritmetičnima sredinama, imenovano tudi preizkus skupin. Preizkus skupin uporabimo, kadar gre za neodvisna vzorca, kar pomeni, da enote enega vzorca niso povezane z enotami drugega (Košmelj, Rován, 1997, str. 245). Pri tem preizkusu izvedemo v programu SPSS Independent-Samples T test.

Ničelna in alternativna domneva:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

μ_1 - aritmetična sredina za merjenje značilnosti turističnega vodnika za prvo opazovano skupino

μ_2 - aritmetična sredina za merjenje značilnosti turističnega vodnika za drugo opazovano skupino

Domneva 1: Anketiranci z neto dohodkom višjim od 350.001 SIT so se v preteklih 5 letih večkrat udeležili organiziranega potovanja kot anketiranci z nižjim mesečnim dohodkom.

S prvo domnevo sem preverjala, ali so se anketiranci z mesečnim neto dohodkom višjim od 350.001 SIT v preteklih 5-ih letih večkrat udeležili organiziranega potovanja kot tisti z nižjim mesečnim dohodkom. Rezultate prve domneve predstavljata tabela 7 in 8.

Prvo domnevo sem preverjala s Chi-Square testom. Pri domnevi sem zaradi ogroženosti Chi-Square testa (posamezna celica v kontingenčni tabeli mora vsebovati vsaj 5 odgovorov), predvsem pa zaradi potreb statistične obdelave podatkov (spremenljivka dohodek razpolovljena v višini 350.001 SIT) spremenljivko *dohodek* preoblikovala. Združila sem spremenljivke in iz prvotnih petih dohodkovnih razredov, z združitvijo prvega in drugega ter ostalih treh, oblikovala samo dva razreda.

Tabela 7: Kontingenčna tabela spremenljivk udeležba in neto dohodek

	Neto mesečni dohodek (v SIT)			
		do 350.000	nad 350.001	skupaj
Udeležba na organiziranem potovanju	1 krat	18	5	23
	2 krat	20	14	34
	3-5 krat	11	21	32
	več kot 5 krat	5	6	11
	skupaj	54	46	100

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Tabela 8: Chi-Square test udeležbe anketirancev na potovanju glede na višino dohodka

	Vrednost	**Prostostna stopnja (df)	***Stopnja značilnosti (2-stranska)
*Pearson Chi-Square	11,053	3	0,011
Verjetnostno razmerje	11,492	3	0,009
Test linearne povezave	8,417	1	0,004
N od veljavnih primerov	100		

*angl.: Pearson Chi-Square; Likelihood Ratio; Linear-by-Linear Association; N of Valid Cases

**angl.: Degree of freedom (df)

***angl.: Asymption Significance (2-sided)

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

$$P = 0,011 < \alpha = 0,05$$

Razlike so statistično značilne pri 5%, zato ničelno domnevo zavrnamo. Obstajajo torej razlike glede udeležbe anketirancev na organiziranih potovanjih na podlagi višine dohodka. Iz tega sklepamo, da se anketiranci z višjim dohodkom v povprečju večkrat udeležijo organiziranega potovanja. Potrditev domneve me ni presenetila, saj lahko namenijo ljudje z višjim dohodkom več denarja za nakup turističnih storitev, med katere spada tudi storitev vodenja turističnih skupin.

Domneva 2: Dokončana stopnja izobrazbe anketirancev vpliva na njihovo mnenje glede usposobljenosti turističnih vodnikov.

Z drugo domnevo sem preverjala, ali imajo anketiranci z različno dokončano izobrazbo podobno mnenje glede usposobljenosti turističnega vodnika. Rezultate predstavljata tabela 9 in 10.

Domnevo sem ponovno preverjala s Chi-Square testom. Čeprav vse celice v kontingenčni tabeli ne vsebujejo vsaj 5 odgovorov, se nisem odločila za združevanje prvotnih spremenljivk v nove, ker zahtevano število vsaj 5 odgovorov z združevanjem spremenljivk nikakor nisem mogla doseči. Poleg tega združevanje spremenljivk za preverjanje domneve ni bilo potrebno in ni bistveno vplivalo na višino dvostranske stopnje značilnosti.

Tabela 9: Kontingenčna tabela spremenljivk izobrazba in usposobljenost

	Usposobljenost turističnih vodnikov				
	povečala	zmanjšala	enaka	skupaj	
Dokončana izobrazba	osnovna ali manj	4	2	1	7
	nižja/srednja poklicna ali strokovna	8	2	4	14
	srednja splošna	23	5	15	43
	višja	5	1	6	12
	visoka ali več	16	1	7	24
	skupaj	56	11	33	100

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Tabela 10: Chi-Square test mnenja anketirancev z različno izobrazbo glede usposobljenosti turističnih vodnikov

	Vrednost	**Prostostna stopnja (df)	***Stopnja značilnosti (2-stranska)
*Pearson Chi-Square	6,225 ^a	8	0,622
Verjetnostno razmerje	6,014	8	0,646
Test linearne povezave	0,001	1	0,974
N od veljavnih primerov	100		

^a 9 celic (60%) ima pričakovano frekvenco manjšo od 5. Najmanjše pričakovano število je 0,77.

*angl.: Pearson Chi-Square; Likelihood Ratio; Linear-by-Linear Association; N of Valid Cases

**angl.: Degree of freedom (df)

***angl.: Asymption Significance (2-sided)

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

$$P = 0,622 > \alpha = 0,05$$

Preizkus ni odkril značilnih razlik pri običajni stopnji značilnosti (5%). Iz tega sledi, da razlike niso statistično značilne, kar pomeni, da ne zavrnamo ničelne domneve. Na podlagi izvedene ankete lahko sklepamo, da razlike v izobrazbi ne vplivajo na mnenje anketirancev glede usposobljenosti turističnih vodnikov. Ugotovitev je povsem razumljiva, saj ovrednotenje usposobljenosti vodnika ne temelji izključno na izobrazbi posameznika ampak tudi na njegovi subjektivni presoji.

Domneva 3: Starost anketirancev vpliva na vrednotenje področij znanja in osebnostnih lastnosti turističnega vodnika.

Najprej sem preverjala razlike glede devetih različnih področij znanja turističnega vodnika na podlagi starosti anketirancev. Zanimalo me je, ali so starejšim anketirancem pomembnejša druga področja znanja kot mlajšim.

Nato sem v okviru iste domneve preverjala še razlike glede enajstih osebnostnih lastnosti turističnega vodnika. Tudi tu me je zanimalo, ali so starejšim anketirancem pomembnejše druge osebnostne lastnosti turističnega vodnika kot mlajšim. Rezultati domneve so predstavljeni v nadaljevanju in sicer, v tabeli 11 za področja znanja in tabeli 12 za osebnostne lastnosti turističnega vodnika.

Zaradi potreb statistične analize domneve in značilnosti Independent-Samples T testa sem spremenljivko *starost* preoblikovala. Iz prvotnih štirih starostnih razredov sem oblikovala dva, ki sem ju razmejila pri 25 letih. Anketirance stare manj kot 25 let sem poimenovala kot mlajše, anketirance nad 25 let starosti pa kot starejše. Preoblikovano spremenljivko sem uporabila pri preverjanju obeh delov domneve, tako pri področjih znanja kot pri osebnostnih lastnostih turističnega vodnika.

Tabela 11: Aritmetične sredine za mlajše (pod 25 let) in starejše (nad 25 let) anketirance in test za ugotavljanje razlik med mlajšimi in starejšimi anketiranci glede devetih področij znanja turističnega vodnika

Področja znanja	Aritmetična sredina (pod 25 let)	Aritmetična sredina (nad 25 let)	T - test	Stopnja značilnosti (2-stranska)
Zgodovina	4,4091	4,3333	0,476	0,635
Umetnostna zgodovina z arhitekturo	3,8182	3,8846	-0,348	0,728
Etnologija	3,8182	3,8333	-0,069	0,945
Prehrambene navade države	3,9091	3,9487	-0,179	0,859
Trenutno stanje v državi	4,4091	4,1410	1,513	0,133
Možnost zabave	4,6364	3,5513	7,448	0,000**
Možnost nakupov	3,9545	3,4487	2,183	0,031*
Obvladanje jezika države	4,1364	4,4231	-1,451	0,150
Znanje vsaj enega svetovnega jezika	4,8636	4,6282	2,398	0,020*

**Statistično značilna razlika pri 1%

*Statistično značilna razlika pri 5%

pod 25 let → n = 22 nad 25 let → n = 78
--

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Preizkus ni odkril značilnih razlik pri naslednjih področjih znanja; zgodovina, umetnostna zgodovina z arhitekturo, etnologija, prehrambene navade države, v katero se potuje, trenutno stanje v državi (gospodarsko, politično, družbeno) in obvladanje jezika države, v katero se potuje, zato ničelne domneve ne zavrnamo. Na podlagi izvedene ankete lahko sklepamo, da razlike v starosti anketirancev ne vplivajo na različno vrednotenje pomembnosti navedenih področij znanja turističnega vodnika.

Pri preostalih treh področjih znanja; možnost zabave, možnost nakupov in znanje vsaj enega svetovnega jezika (npr. angleščine), pride do statistično značilnih razlik. Pri prvem področju (možnost zabave) pri 1%, pri preostalih dveh pa pri 5%. Pri teh področjih ničelno domnevo zavrnamo. Na podlagi izvedene ankete lahko zato sklepamo, da obstajajo razlike med mlajšimi in starejšimi anketiranci glede vrednotenja pomembnosti omenjenih področij znanja. Mlajši anketiranci vsa tri področja znanja v povprečju vrednotijo višje kot starejši, kar je razvidno iz aritmetične sredine posameznega področja.

Zavrnitev ničelne domneve me pri področjih možnost zabave, možnost nakupov in znanje vsaj enega svetovnega jezika, ni presenetila. Ponavadi hodijo mlajši ljudje na potovanja iz povsem drugih razlogov kot starejši, in s tem si razlagam nastalo razliko pri prvih dveh področjih. Razlika do katere je prišlo pri področju znanja vsaj enega tujega jezika, pa je po mojem mnenju posledica odraščanja starejših v povsem drugem časovnem obdobju in okoliščinah, kadar znanje tujih jezikov ni imelo take teže kot danes.

Tabela 12: Aritmetične sredine za mlajše (pod 25 let) in starejše (nad 25 let) anketirance in test za ugotavljanje razlik med mlajšimi in starejšimi anketiranci glede enajstih osebnostnih lastnosti turističnega vodnika

Osebnostne lastnosti	Aritmetična sredina (pod 25 let)	Aritmetična sredina (nad 25 let)	T - test	Stopnja značilnosti (2-stranska)
Poštenost	4,0909	4,1667	-0,360	0,720
Vljudnost	4,5455	4,4615	0,526	0,600
Zmernost	4,0000	3,6026	1,818	0,073*
Točnost	4,5000	4,6282	-0,856	0,394
Strokovnost/pripravljenost	4,6818	4,7821	-0,838	0,404
Objektivnost	3,9091	4,0897	-1,046	0,298
Družabnost	4,2273	4,1923	0,179	0,858
Smisel za humor	4,1818	3,9103	1,493	0,139
Prepričljivost	3,5455	3,8718	-1,476	0,143
Prijaznost	4,5455	4,4615	0,538	0,591
Iznajdljivost	4,8636	4,6282	2,357	0,022**

**Statistično značilna razlika pri 5%

*Statistično značilna razlika pri 10%

pod 25 let → n = 22 nad 25 let → n = 78
--

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Preizkus pri devetih (poštenost, vljudnost, točnost, strokovnost/pripravljenost, objektivnost, družabnost, smisel za humor, prepričljivost, prijaznost) od enajstih osebnostnih lastnosti turističnega vodnika ni odkril značilnih statističnih razlik, zato ničelne domneve ne zavrnamo. Na podlagi izvedene ankete lahko torej sklepamo, da ni razlike med mlajšimi in starejšimi anketiranci, kadar gre za opredeljevanje o pomembnosti oziroma nepomembnosti omenjenih devetih osebnostnih lastnosti turističnega vodnika.

Pri osebnostni lastnosti zmernost (statistično značilne razlike pri 10%) in iznajdljivost (statistično značilne razlike pri 5%) pa pride do statistično značilnih razlik med mlajšimi in starejšimi anketiranci, zato pri teh dveh lastnostih ničelno domnevo zavrnamo. Na podlagi izvedene ankete sklepamo, da obstajajo razlike med mlajšimi in starejšimi anketiranci, kadar gre za opredeljevanje pomembnosti navedenih dveh osebnostnih lastnosti. Mlajši anketiranci omenjeni lastnosti v povprečju ocenjujejo višje, kar je razvidno iz aritmetičnih sredin v tabeli 12.

Osebnostne lastnosti, ki so jih anketiranci ocenjevali, brez izjeme sodijo med pozitivne osebnostne lastnosti, ki se jih v veliki meri išče pri vseh ljudeh in ne le pri turističnemu vodniku. To je tudi razlog, da me je zavrnitev dveh domnev nekoliko presenetila, drugače pa so dobljeni rezultati v skladu z mojimi pričakovanji.

Domneva 4: Spol anketirancev vpliva na ocenjevanje fizičnih lastnosti turističnega vodnika.

Z zadnjo domnevo sem preverjala ali ženske preferirajo druge fizične lastnosti turističnega vodnika kot moški. Rezultate predstavlja tabela 13.

Domnevo sem preverjala z Independent-Sample T testom.

Tabela 13: Aritmetične sredine za moški in ženski spol anketirancev in test za ugotavljanje razlik med spoloma glede petih fizičnih lastnosti turističnega vodnika

Fizične lastnosti	Aritmetična sredina (moški)	Aritmetična sredina (ženski)	T - test	Stopnja značilnosti (2-stranska)
Fizični izgled turističnega vodnika	3,3659	3,2373	0,632	0,529
Spol turističnega vodnika	2,4390	1,8475	2,557	0,013*
Starost turističnega vodnika	2,6829	2,5254	0,733	0,466
Barva glasu	2,9756	3,0000	-0,112	0,911
Hitrost govorjenja	3,6829	3,7627	-0,434	0,666

*Statistično značilna razlika pri 5%

moški → n = 41 ženske → n = 59

Vir: Raziskava 'Značilnosti turističnega vodnika', 2003; n=100.

Preizkus ni odkril značilnih razlik pri štirih od petih fizičnih lastnosti turističnega vodnika in sicer; fizični izgled turističnega vodnika, starost turističnega vodnika, barva glasu in hitrost govorjenja, zato ničelne domneve ne zavrnamo. Na podlagi izvedene ankete sklepamo, da ženske in moški ne delajo razlik pri ocenjevanju navedenih štirih fizičnih lastnosti turističnega vodnika.

Do statistično značilne razlike (5%) pride le pri spolu turističnega vodnika, zato tu ničelno domnevo zavrnamo. Na podlagi izvedene ankete sklepamo, da moški in ženske o pomembnosti spola turističnega vodnika niso enotnega mnenja. Moškim anketirancem je spol turističnega vodnika fizična lastnost, ki jo vrednotijo višje.

6 SKLEP

Diplomsko delo obravnava neznamen, a kljub temu pomemben del celotnega spektra turističnih storitev, storitev vodenja turističnih skupin in značilnosti turističnega vodnika kot posredovalca omenjenih storitev.

Turizem je v zadnjih desetletjih, predvsem pa v zadnjih nekaj letih, močno pridobil na pomenu in danes predstavlja eno izmed gonilnih sil storitvenih dejavnosti ter gospodarskega napredka v državah po svetu. Turistični vodnik predstavlja enega izmed pomembnejših faktorjev, če ne celo najpomembnejšega, v sklopu storitev vodenja na poti in v ciljni destinaciji. S sprejetjem Zakona o pospeševanju turizma v letu 1998 je to povsem neopredeljeno in pozabljeno področje storitev v turizmu pridobilo na organiziranosti in s tem na preglednosti. Navkljub dopoljnjeni zakonodaji in vedno večji pomembnosti, ki ga področju pripisujejo številni domači in tuji strokovnjaki, pa je še povsem neraziskano. Neraziskanost področja se kaže v pomanjkanju literature in virov, kar mi je onemogočilo primerjavo z že opravljeno raziskavo, ki bi izvedeni raziskavi 'Značilnosti turističnega vodnika' vsekakor dala večjo veljavo. Ne glede na omenjene težave pri pridobivanju podatkov pa sem z raziskavo poskušala opredeliti osnovne značilnosti, ki jih posamezniki iščejo pri posredovalcu storitev vodenja – turističnemu vodniku.

Raziskava je bila izvedena z osebnim anketiranjem, zato je na izbrani končni vzorec enot vplivala subjektivna izbira anketirancev. Poleg tega sta na izbiro vplivali tudi predstavljeni omejitvi, ki sta pripomogli, da so bili pridobljeni podatki bolj kakovostni in primernejši za analizo. V predstavljenih rezultatih ugotovitev in domnev se zato kažejo specifične značilnosti, ki izhajajo iz izbranega načina izvedbe raziskave.

Rezultati raziskave kažejo, da se ljudje z višjimi dohodki v povprečju večkrat udeležijo organiziranega potovanja ob spremstvu slovenskega turističnega vodnika. Po mojem mnenju so posredovane ocene omenjene skupine ljudi tudi bolj kakovostne, saj imajo ti zaradi večkratne udeležbe na potovanju možnost primerjati delo in značilnosti več turističnih vodnikov in si tako lažje ustvariti predstavo o tem, katere značilnosti se jim zdijo bolj in katere manj pomembne.

Z raziskavo sem prav tako ugotovila, da stopnja dokončane izobrazbe ni pomembna pri presojanju usposobljenosti turističnih vodnikov. Ljudje z nižjo izobrazbo imajo v veliki večini primerov skorajda enaka pričakovanja glede kakovostno posredovane storitve vodenja kot ljudje z višjo izobrazbo. Usposobljenost vodnikov se je na podlagi rezultatov raziskave v zadnjem obdobju povečala, kar po mojem mnenju nakazuje na to, da je sprememba zakonodaje pozitivno vplivala na delo turističnega vodnika. Glede na to, da turistični vodnik preizkus znanja opravlja samo enkrat, licenco pa pridobi za vedno, je lahko zgoraj navedena ugotovitev zelo kratkoročnega značaja.

Spremenljivka starost se je izkazala za zelo primerno pri vrednotenju področij znanja in osebnostnih lastnosti turističnega vodnika. Po mojem mnenju večina ljudi, s tem ko postanejo starejši, spremeni svoj pogled na življenje in temu primerno prilagodi tudi vrednotenje nekaterih področij znanja in osebnostnih lastnosti. Raziskava je tako pokazala, da se pri treh področjih znanja (možnost zabave, možnost nakupov, znanje vsaj enega svetovnega jezika) vrednotenje mlajših in starejših razlikuje, pri preostalih šestih področjih pa starost ne vpliva na vrednotenje. Izmed enajstih osebnostnih lastnosti je prišlo pri dveh (zmernost in iznajdljivost) do razlik vrednotenja, pri ostalih pa ne.

Ugotovitve in preverjene domneve izvedene ankete predstavljajo značilnosti oziroma profil turističnega vodnika, kot si ga želijo porabniki pri kakovostno posredovani storitvi vodenja. Slabost ugotovljenih rezultatov je, da v veliki meri temeljijo na mišljenju in subjektivni presoji posameznikov, zato so lahko podvrženi nenadnim spremembam. Prav te spremembe pa lahko predstavljajo izhodišče za nadaljnje, podobne raziskave.

LITERATURA

1. Bratun Tanja: Vpliv zakonske regulacije na poslovanje turističnih agencij. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2001. 46 str.
2. Brezovec Aleksandra: Marketing v turizmu – Izhodišča za razmišljanje in upravljanje. Portorož: Turistica – Visoka šola za turizem, 2000. 137 str.
3. Burkart A. J., Medlik S.: Tourism Past, Present and Future – Second edition, London: Butterworth-Heinemann, 1981. 366 str.
4. Cooper Chris at al.: Tourism – Principles & Practice. London: Pitman Publishing, 1993. 276 str.
5. Cook Roy A., Yale Laura J., Marqua Joseph J.: Tourism – The Business of Travel. Upper Saddle River, New Jersey: Prantice-Hall Inc., 1999. 286 str, 3 pril.
6. Grönroos Christian: Servicer Management and Marketing – A customer relationship management approach. Second edition. Chichester: John Wiley & Sons Ltd., 2000. 386 str.
7. Kasper Hans, van Helsdingen Piet, de Vries Wouter: Services Marketing management – An International Perspective. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 1999. 724 str.
8. Košmelj Blaženka, Rovan Jože: Statistično sklepanje. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 312 str.
9. Košmelj Blaženka, Rovan Jože: Statistični obrazci in tabele – drugi natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 76 str.
10. Kotler Philip: Marketing Management – Trženjsko upravljanje analiza, načrtovanje, izvajanje in kontrola. Slovenska izdaja. Ljubljana: Slovenska knjiga, 1998. 790 str.
11. Kovač Bogomir: Turizem, zdravilo in strup. Delo - Sobotna priloga, Ljubljana, 24.08.2002, str.7.
12. Mihalič Tanja: Turistična podjetja: poslovanje in ekonomika turističnih agencij in gostinskih podjetij. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 287 str.
13. Novak Miša: Vpetost lokalnih turističnih organizacij v nacionalno. Turizem, informativno glasilo SNTO, Ljubljana, V (2000), 47/48, str. 9.
14. Osredečki Eduard, Osredečki Amalija: Sodobni bonton. Ljubljana: Mladinska knjiga, 1988. 189 str.
15. Pivka Hilda Marija, Puharič Krešo: Pravo mednarodne trgovine. Tretja spremenjena izdaja. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije d.o.o., 1999. 359 str.
16. Polič Marko: Psihologija za turistične vodnike. Skripta. Ljubljana, 1998. 23 str.
17. Potočnik Vekoslav: Trženje storitev. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2000. 218 str.
18. Potočnik Vekoslav: Storitve prevzemajo levji delež. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 26, 2000a, str. 64.
19. Puharič Krešo: Gospodarsko pravo – z osnovami prava. Peta delno dopolnjena izdaja. Ljubljana: Časopisni zavod Uradni list Republike Slovenije, 1997. 232 str.
20. Resnik Janez, Bončina Iztok: Kodeks obnašanja turističnega vodnika. Ljubljana. Društvo turističnih vodnikov Slovenije, 1999. 27 str.
21. Rogelj Roman: Vaje iz statistike 2 (1. del) – prvi natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 101 str.

22. Rogelj Roman: Analiza odvisnosti. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 63 str.
23. Rojšek Iča: Metode trženjskega raziskovanja, vodič po predmetu - četrti natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 85 str.
24. Rovan Jože, Turk Tomaž: Analiza podatkov s SPSS za Windows. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 224 str.
25. Zorko Daniela: Uvod v turizem. Ljubljana: Biro M, 1999. 208 str.

VIRI

1. Etični kodeks v turizmu. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 2001. 20 str.
2. Glas Miroslav: Poslovno okolje podjetja. Gradivo predavanj, 2000.
3. Malta travel and tourism services act – Tourist Guides Regulations. [URL:<http://www.tourism.gov.mt>], 22.02.2002.
4. Nacionalno turistično združenje: Turizem – Generator zaposlovanja v 3.tisočletju. Maribor: Nacionalno turistično združenje, 2000, str. 18-55.
5. Obligacijski zakonik (Uradni list RS, št.83/2001).
6. Pravilnik o načinu in postopku pridobitve licence za opravljanje dejavnosti organiziranja turističnih potovanj, dejavnosti prodaje oziroma posredovanja turističnih potovanj ter način vodenja registra izdanih licenc (Uradni list RS, št.13/99).
7. Predlog Zakona o pospeševanju turizma, prva obravnava. Ljubljana: Poročevalec državnega zbora Republike Slovenije. 1996, 18, str. 65-75.
8. Splošne informacije o izpitih za turistične vodnike in turistične spremljevalce. [URL: <http://www.gzs.si>], 11.03.2003.
9. The European Union on-line. [URL: <http://www.europa.eu.int>], 21.02.2003.
10. Tourist Guides in Europe. [URL: <http://www.touristguides-europe.org>], 21.02.2003.
11. Zakon o pospeševanju turizma (Uradni list RS, št.57/1998).
12. Žabkar Vesna: Metode trženjskega raziskovanja. Gradivo predavanj, 2000.

PRILOGE

PRILOGA 1: PRIJAVNI OBRAZEC ZA OPRAVLJANJE PREIZKUSA ZNANJA

Prijava za opravljanje preizkusa za turističnega/o vodnika/co

ali turističnega/o spremljevalca/ko

Podpisani/a.....

(priimek in ime)

EMŠO.....dekliški priimek.....

rojen-a.....v/na.....

(dan, mesec in leto)

(kraj, občina)

stalno prebivališče in kraj.....

z uspešno končano (najmanj) srednjo šolo.....

(stopnja, smer izobraževalnega programa)

poklic.....

tuji jezik/i.....

Izjavljam, da imam uspešno dokončan izobraževalni program V. stopnje in znanje enega tujega jezika na ravni srednje šole ter želim opravljati izpit za turističnega **vodnika/co** oziroma za turističnega **spremljevalca/ko** (ustrezno obkrožiti!) na podlagi 38. in 39. člena Zakona o pospeševanju turizma (Uradni list RS št. 57/98).

O datumu izpita me obvestite na naslov:.....

.....telefon.....

Naslov seminarske naloge:.....

Priloge:

1. Dokazilo o zaključeni izobrazbi najmanj V. stopnje (kopija za naš arhiv, original samo na vpogled ob prijavi, najpozneje pred izpitom).
2. V kolikor ni razvidno iz zgoraj navedenega spričevala znanje tujega jezika še dokazilo o znanju tujega jezika na ravni srednje šole (kopija za naš arhiv in original samo na vpogled).
3. Dokaz o plačilu prispevka za izpit na žiro račun: 50101-637-58127 sklic 2070 – 501 po priloženem ceniku.
4. Na izpitu imejte s seboj osebni dokument s fotografijo zaradi identifikacije.

V.....dne

(podpis kandidata)

PRILOGA 2: SEZNAM IZPITNIH VPRAŠANJ ZA TURISTIČNE VODNIKE

Zgodovina:

1. Kronološko razvrstite šest zgodovinskih obdobij, določite časovne mejnike in jih razložite?
2. V kakšni politični ureditvi so živeli Atenci v času Perikljeja? Opredelite značilnosti te ureditve; navedite tri dramatike, ki so v tem obdobju ustvarjali v Atenah?
3. Gaj Oktavijan je bil član II. Triumvirata. Kako je samostojno prevzel oblast? Koliko let je vladal kot Avgustus, katere nazive si je poleg tega še pridobil?
4. Kdaj in na kakšen način je propadlo zahodno-rimsko cesarstvo? Pod katerim imenom se je razvijalo vzhodno-rimsko cesarstvo in do kdaj je obstajalo? Katero je najpomembnejše arhitektonsko delo iz obdobja vladanja cesarja Justinijana?
5. Frankovska dežela je dosegla višek v času vladanja Karla velikega. V katerem stoletju je vladal in kakšen naziv mu je podelil papež? Kaj ta naziv pomeni in kaj je značilno za njegovo pojavljanje v zgodovini? Kako se imenuje zgodovinsko obdobje v času vladanja Karla Velikega?
6. Opredelite najpomembnejši gospodarski vzrok za geografska odkritja. Kateri dve evropski državi sta prvi začeli odkrivati nove poti in po katerih smereh? Navedite tri gospodarske posledice geografskih odkritij v evropskem prostoru. Katero zgodovinsko obdobje se zaneča v tem času?
7. Odkritju novih dežel je sledilo novo duhovno gibanje - opredelite ga in navedite še po tri predstavnike s področja znanosti in književnosti?
8. V 16. stoletju se je pojavilo novo versko in hkrati družbeno-politično gibanje imenovano reformacija. Opredelite razmere v katoliški cerkvi na prelomu iz 15. v 16. stoletje in Luthrovo opozorilo na nepravilnosti in zavrnitev cerkvene tradicije. Razložite pojem protestantizem; kdo so bili Hugenoti?
9. Francija je predstavljala zgled absolutistične države tistega obdobja. Opredelite absolutizem »Sončnega kralja« Ludvika XIV. in njegov vpliv na ostalo Evropo?
10. 17. stoletje mnogi opredeljujejo kot »nemirno« stoletje. Opredelite pomembne politične in vojaške dogodke; kaj se je dogajalo na gospodarskem in umetnostnem področju?
11. V katerem stoletju se je uveljavilo razsvetljenstvo? Opredelite ga; opredelite tudi kulturo in umetnost te dobe.
12. Habsburška monarhija se je leta 1867 preimenovala v Avstro-Ogrsko. Katere so bile skupne zadeve države? Slovenci s tem niso bili zadovoljni; kdo je bil najpomembnejši predstavnik mladoslovencev? Navedite glavne značilnosti taborskega gibanja.
13. Opišite povod za I. svetovno vojno. Katero bojišče se je odprlo z vstopom Italije v vojno? Kaj je to pomenilo za Slovence? Kateri slovenski pisatelj je opisoval dogodke na tem bojišču?
14. Opredelite rimsko zasedbo slovenskega ozemlja, upravno razdelitev in gospodarstvo na Slovenskem v rimski dobi?
15. Opredelite Karantanijo kot najstarejšo zgodnje-srednjeveško politično tvorbo v vzhodnih Alpah. Opredelite njeno povezavo z Bavarci in popolno izgubo politične samostojnosti.

16. Med karantanskimi Slovani se je širila krščanska vera po podreditvi bavarski ali frankovski državi. Iz katerega centra se je najprej izvajalo pokristjanjevanje? Opredelite Modestovo misijonarsko vlogo. Kako se imenujejo najstarejši dokumenti misijonarske dejavnosti med Slovenci?
17. Fevdalna razcepljenost je tudi na Slovenskem ozemlju omogočila vzpon različnih rodbin. Konec 13. stoletja so se vse bolj uveljavljali Habsburžani. Opredelite združevanje slovenskega ozemlja pod njihovo oblastjo.
18. Celjski grofje so bili najpomembnejša plemiška rodbina, ki je izvirala s prostora današnje Slovenije. Opredelite vlogo Hermana II. pri njihovem vzponu in njegovega vnuka Ulrika pri njihovem propadu.
19. V 20. letih 16. stoletja so začeli na Slovensko ozemlje prodirati nazori Lutrove reformacije. Opredelite vlogo Primoža Trubarja in pomen reformacije za Slovence.
20. Ferdinand II. je začel izvajati proti-reformacijo v slovenskih deželah konec 16. stoletja. Opredelite višek proti-reformacije in katoliško obnovo.
21. V katerem stoletju sta vladala Marija Terezija in Jožef II.? Opredelite njune upravne in šolske reforme z vplivom na Slovence. Katera prva slovenska posvetna drama je bila takrat uprizorjena in po čigavi zaslugi?
22. Napoleon je leta 1809 ustanovil novo politično tvorbo. Katero in kaj nam lahko poveste o njej? Kateri slovenski pesnik, časnikar, je bil nad Francozi še posebej navdušen?
23. Slovenci so stoletja živeli v okviru Habsburške monarhije oziroma od leta 1867 Avstro-Ogrske. Kaj so zahtevali na Dunaju leta 1917? Navedite pomembne dogodke leta 1918, ki so povezani s Slovenci ob razpadu Avstro-Ogrske?
24. Opredelite potek osvobajanja Slovenije leta 1945.
25. Opredelite krizo 80. let 20. stoletja v SFRJ, razpad države in dogodke ob osamosvajanju Slovenije.
26. 25. junija 1991 je Skupščina Republike Slovenije sprejela temeljno ustavno listino o samostojnosti in neodvisnosti Slovenije. Opredelite državno ureditev Republike Slovenije in državne simbole.
27. Kateri organi predstavljajo zakonodajno, izvršilno in sodno oblast v Sloveniji?

Turistična geografija s kartografijo:

28. *Osnovne geografske značilnosti Slovenije:* Na katerih pet osnovnih pokrajinskih enot delimo Slovenijo? Katere so značilne poteze teh pokrajinskih enot.
29. *Turistično privlačne naravne znamenitosti v gorskem svetu:* Katere oblike, vrste geomorfoloških in hidroloških pojavov so turistično posebej privlačne? Navedite značilne, konkretne primere posameznih oblik.
30. *Turistično privlačne naravne znamenitosti v Dinarsko-kraškem svetu:* Katere vrste, oblike so turistično posebej privlačne? Navedite značilne, konkretne primere posameznih oblik.
31. *Naravna zdravilna sredstva kot turistična dobrina:* Katere naravne pokrajinske sestavine imajo zdravilni pomen in so primerne za zdraviliški turizem? Katere bolezni lahko zdravimo ali preprečujemo z njihovo pomočjo?

32. *Zdraviliški turistični kraji*: Katere turistične kraje uvrščamo med zdraviliške? Kaj obsega specialna in kaj splošna terapija zdraviliških turističnih krajev? V katerih slovenskih krajih temelji terapija na termalni oziroma termo mineralni vodi, v katerih na hladni mineralni vodi?
33. *Vinorodne pokrajine kot turistična območja*: Katere vinorodne pokrajine so v Sloveniji in v katerih okoliših je osredotočena vinska trta? Katera visoko kakovostna vina so pomembna za posamezne rajone in kakšne so njihove značilnosti? Preko katerih vinorodnih okolišev potekajo najbolj znane vinske ceste?
34. *Varovanje naravnih pokrajinskih enot*: Kaj so naravovarstvena območja, naravni spomenik, naravni rezervat, krajinski, regijski in narodni park? Kakšen pomen imajo zavarovana območja za turizem? Naštej nekaj primerov posameznih zavarovanih območij?
35. *Triglavski narodni park*: Katero ozemlje obsega Triglavski narodni park? Kakšen je pomen parka za turizem? Katere dejavnosti so v parku dovoljene in katere prepovedane?
36. *Športni lov in ribolov*: Katere so značilne oziroma pomembnejše vrste lovne divjadi v posameznih delih Slovenije? Katere vrste rib so značilne za posamezna področja in jezera? Kakšni so osnovni pogoji lova in ribolova?
37. *Zaznamovane pešpoti kot osnovna oblika rekreacijsko-turistične infrastrukture*: Katere vrste in oblike zaznamovanih pešpoti so v Sloveniji? Kakšen je njihov namen? V katerih območjih je njihova gostota velika, kje je majhna, kje jih sploh ni?
38. *Zimsko športni turistični kraji*: Kateri naravni dejavniki so predpogoj zimsko športnega turizma? Kako vplivajo naravne razmere in opremljenost s smučarsko infrastrukturo na turistično privlačnost posameznih krajev? Kaj je značilno za privlačnost slovenskih zimsko športnih turističnih krajev (v primerjavi s tujimi alpskimi kraji)?
39. *Obmorski turistični kraji*: Kateri naravni dejavniki so pomembni za razvoj obalnih kopaliških krajev? Po čem se razlikuje sub-mediteranska klima Koprškega primorja od prave mediteranske? V kakšno smer se preobraža rekreacijska infrastruktura obmorskih turističnih krajev?
40. *Navtični turizem*: Kaj je navtični turizem? Ali se razvija tudi v Koprskem primorju? Kaj so marine?
41. *Namembnost, usmerjenost turističnih krajev*: Kaj je turistični kraj? Kako so usmerjeni slovenski turistični kraji? Kakšna je njihova velikost in kako so razporejeni?
42. *Smeri in oblike turističnih tokov*: Iz katerih držav prihaja največ turistov v Slovenijo? Katere so novejšje spremembe preusmerjanja turističnih tokov? Kje in kateri so pglavitni cilji turističnih tokov (prometa)?
43. *Turistično prometna lega*: Katere ceste pomenijo ogrodje slovenskega cestnega omrežja in hkrati povezujejo slovenijo z drugimi deželami, izhodišči turističnih tokov in potovanj?
44. *Turistična kartografija*: Kakšne vrste turističnih kart poznamo? Kako jih delimo po namembnosti in merilu? Katere karte so za Slovenijo posebej priporočljive?
45. *Selitvene značilnosti Slovenije*: Opišite selitve prebivalstva v preteklosti in sedanjosti. Kje živijo Slovenci v zamejstvu in/oziroma v tujini?
46. *Razvoj prebivalstva v Sloveniji*: Zakaj in kako se zmanjšuje naravni prirastek? Kakšna je narodnostna sestava?

47. *Zaposlitvena sestava v Sloveniji*: Kakšno je razmerje med zaposlenimi v primarnem, sekundarnem, terciarnem in kvartarnem sektorju? Ali se po zaposlitveni sestavi Slovenija uvršča med razvite države? Katero območje imenujemo industrijski polmesec? Kje so območja z velikim deležem zaposlenih v primarnem sektorju?
48. *Poselitev v Sloveniji*: Ali je poseljeno celotno ozemlje? Ali je gostota poseljenosti enakomerna? Katera območja so demografsko ogrožena?
49. *Mesta v Sloveniji*: Kakšna mesta prevladujejo? Kaj je značilno za morfologijo slovenskih mest? Kolikšen del prebivalstva živi v mestih?
50. *Podeželska naselja v Sloveniji*: Naštete tipe tradicionalnih kmečkih naselij. Kaj je njihova glavna značilnost? Kaj je značilno za sub-urbanizirana naselja? Kako opredeljuje podeželska naselja novejša tipologija?
51. *Tradicionalne kmečke hiše in semiurbana hiša v Sloveniji*: Naštete in opredelite tipe tradicionalnih kmečkih hiš. Katere so glavne značilnosti semiurbane hiše?
52. Poleg kmečkega doma so na slovenskem podeželju še druge stavbe in poslopja. Katere in kaj je zanje značilno?

Osnove potovanja v turizmu in organizacija ter izvedba skupinskih potovanj:

53. Organizator potovanja mora s potnikom skleniti pogodbo. V čem ga ta pogodba kot organizatorja zavezuje?
54. Organizator potovanja mora ob sklenitvi pogodbe potniku izdati potrdilo. Kaj mora vsebovati to potrdilo?
55. Kakšne storitve mora organizator potovanja nuditi potniku?
56. Katera potrebna obvestila oziroma informacije mora potnik dobiti s strani organizatorja potovanja oziroma njegove pooblaščen osebe?
57. Kdaj in kje sme organizator oziroma izvajalec potovanja sporočiti tretji osebi o potniku oziroma udeležencu potovanja?
58. Kakšne so odgovornosti organizatorja potovanja, če ni izpolnil pogodbenih določil in kakšne, če je potnik utrpel škodo od strani organizatorja ali tretje osebe, ki mu je bila storitev zaupana?
59. Kdaj in v kakšni višini lahko potnik zahteva znižanje cene?
60. Kakšne so obveznosti potnika do organizatorja potovanja?
61. Kdaj lahko organizator odstopi od pogodbe in potniku ne izvrši storitev, ki so bile predvidene pred potovanjem?
62. Kdaj so dovoljene spremembe programa potovanja in kakšne so posledice?
63. Kaj je alotmajska pogodba?
64. Zakaj se plačuje turistična taksa in kdo je običajno oproščen plačila takse?
65. Kaj je turistično potovanje in kdo ga lahko organizira?
66. Kakšna je vsebinska razlika med izletom, potovanjem in letovanjem?
67. Kako in pod kakšnimi pogoji lahko posluje turistična agencija?
68. Kdo in pod kakšnimi pogoji lahko izvaja pridobitne dejavnosti s področja športa?
69. Kaj je gostinska dejavnost in kdo jo lahko opravlja?

70. Katere vrste nastavitvenih gostinskih obratov poznamo in kakšna je bistvena razlika med njimi?
71. Kaj je značilno za restavracijo, gostilno, kavarno, slaščičarno, okrepčevalnico in bar?
72. Kdo lahko opravlja gostinsko dejavnost na kmetijah, izletniških kmetijah, na vinotočih in osmicah in kakšne vrste gostinske dejavnosti lahko opravljajo?
73. Kaj je »menu« in kaj pomenijo »hodi« pri naročanju kosila ali večerje? Kaj je jedilnik, jedilni list, vinski list in cenik pijač?
74. Kaj je turizem in kaj spada pod turistično gospodarstvo?
75. Katere vrste turizma poznamo in kateri so pogoji za razvoj turizma?
76. Katere so značilnosti turistične ponudbe in njeni sestavni deli?
77. Opredeli turistični proizvod.
78. Opredeli turistični trg in njegove posebnosti.
79. Kaj pomeni zastopanje pravne osebe in katere vrste zastopanja poznamo? Kdo je zastopnik in kdo pooblaščenec?
80. Kaj mora vsebovati program potovanja? Predloženi program ocenite s strani potnika.
81. Naštejte soizvajalce predloženega programa potovanja in opišite medsebojni odnos s vsakim posebej.
82. Na osnovi predloženega programa potovanja naštejte dokumente, ki jih kot turistični vodnik potrebujete za izvedbo potovanja.
83. Katere dokumente potrebuje turistični vodnik pri vodenju turističnega potovanja?
84. Kakšne so naloge turističnega vodnika?
85. Naštejete nekaj osnovnih pravil nastopa pred potniki.
86. Kaj je hišni red nastanitvenega obrata, kje se je možno z njim seznaniti in komu je namenjen?
87. Kakšne storitve lahko potnik pričakuje v avtobusu, na letališču in na vlaku?
88. Katere informacije mora turistični vodnik posredovati potnikom na začetku potovanja in med samim potovanjem?
89. Katere informacije mora turistični vodnik posredovati potnikom na letališčih?
90. Opiši postopek ob prijavi in odjavi skupine potnikov v hotelu.
91. Opišite delo turističnega vodnika na cestnem mejnem prehodu.
92. Kakšen je odnos turističnega vodnika do delodajalca?
93. Kakšen je odnos turističnega vodnika do potnikov?
94. Kakšen je odnos turističnega vodnika do voznika?

Etnologija:

95. Zakaj mora turistični vodnik pri svojem delu uporabljati znanja s področja etnoloških raziskav?
96. Kakšno znanje posreduje turističnemu vodniku etnologija?
97. Opišite značilnosti materialne kulture.
98. Opišite značilnosti socialne kulture.
99. Opišite značilnosti duhovne kulture.

100. Kakšno mora biti časovno, krajevno in družbeno opredeljevanje pojavov, ki jih turistični vodnik posreduje turistom?
101. Kako navajamo primere načina življenja v domovini domačim turistom (navedite primere)?
102. Kako navajamo primere načina življenja v domovini tujim turistom (navedite primere)?
103. Kako navajamo primere načina življenja v tujini domačim turistom (navedite primere)?
104. Kako navajamo primere načina življenja v tujini tujim turistom (navedite primere)?
105. Kakšno je sodobno pojmovanje dediščine?
106. Ali lahko govorimo o dediščini turizma (v primeru pozitivnega ali negativnega odgovora navedite zakaj)?
107. Kako se razlikujeta pojma domača in umetnostna obrt? Navedite temeljne značilnosti razvoja posameznih vrst in njihovo regionalno razširjenost, ter njihov vpliv na turistične prireditve.
108. Kaj je spominek? Katere so osnovne vrste spominkov? Za vsako vrsto navedite značilne primere.
109. Naštejte pet reprezentativnih turističnih spominkov Slovenije. Zastopana naj bodo vsa temeljna tematska področja. Razložite njihovo genezo in razvoj.
110. *Namen turističnih prireditev, temelječih na dediščini:* Kaj sestavlja turistično prireditev (vsebinska področja)? Naštejte vsaj pet tradicionalnih turističnih prireditev v Sloveniji, temelječih na dediščini. Katere so najbolj pogoste napake pri njihovem organiziranju in izvedbi?
111. *Dediščina kulinarčne, prehrabene kulture v Sloveniji:* Kruh, močnate jedi, pogače in pecivo, mlečne jedi. Opredelite regionalno razširjenost značilnih vrst teh jedi in njihovo funkcijo v preteklosti in sedanjosti ter njihov vpliv na šege in navade.
112. *Dediščina kulinarčne, prehrabene kulture v Sloveniji:* Koline, zelenjavne jedi, pijače. Opredelite regionalno razširjenost značilnih vrst teh jedi in njihovo funkcijo v preteklosti in sedanjosti ter njihov vpliv na šege in navade.
113. Kako je sestavljeno praznično leto sodobne Slovenije in kakšne so njegove korenine?
114. Naštejte in predstavite etnološke spominke poljubnega kraja in/ali pokrajine?

Psihološki vidiki skupinskih vodenj:

115. Naštejte vsaj tri glavne motive, zaradi katerih potujejo ljudje kot turisti?
116. Ali se turisti na cilju potovanja vedejo enako kot v svojem domačem kraju?
117. Kakšno vedenje lahko pričakujemo od skupine turistov na turističnem potovanju v tujem okolju?
118. Zakaj je včasih odnos domačinov v turističnih krajih do turistov neprijazen ali celo sovražen?
119. Zakaj nastopi potovalna slabost (morska bolezen)?
120. Kako najlažje preprečimo ali ublažimo potovalno slabost?
121. Najmanj koliko ur spanja potrebujejo ljudje, da so še dovolj učinkoviti?
122. Kakšno hrano imajo ljudje običajno najraje?
123. Kaj je osebni prostor?

124. Kaj vse je nujno storiti za uspešno razreševanje navzkrižja nesporazumov med posamezniki in nesporazumov med skupino in posamezniki?
125. Kako lahko preprečimo neustrezno vedenje oseb med nesrečo (požar, prometna nesreča, potres)?
126. Kaj naj stori turistični vodnik v primeru zapeljevanja?
127. Kako naj bo turistični vodnik oblečen, urejen?
128. Naštej vsaj pet osebnostnih lastnosti dobrega turističnega vodnika?
129. Kaj naj turistični vodnik počne med daljšo, enolično vožnjo?
130. Kaj je treba storiti, če pride do prometne nesreče avtobusa, v katerem je razred otrok?
131. Pokvaril se je avtobus. Kaj storiti (za zaščito potnikov, za izvedbo programa in za pomoč vozniku)?
132. Kaj bi storili, če bi kdo od potnikov stalno zamujal in zato silil skupino v čakanje in zamude?
133. Kaj bi storili, če bi imeli v skupini starejše potnike oziroma invalide, ki ne zmorejo naporov, ki jih zahteva program?
134. Kaj bi storili, če bi se kakšen potnik s svojimi komentarji stalno vmešaval v vašo razlago?
135. Kaj bi storili, če bi si del potnikov želel ogledati kakšno zanimivost izven predvidene poti, zaradi česar bi odpadel ogled druge, načrtovane zanimivosti?
136. V zgodnjih jutranjih urah pristanete s skupino na letališču Brnik. Naročenega avtobusa za prevoz do Maribora ni. Kaj storite?
137. S skupino pristanete na letališču (začetek deset dnevnega potovanja). Pri prevzemu prtljage vam eden od potnikov sporoči, da njegovega kovčka ni. Kaj storite?
138. Prvič pripeljete skupino z avtobusom v večje evropsko mesto. Zaradi teme, megle, obvoza ali drugih neugodnih okoliščin ne najdete hotela. Kaj storite?
139. S skupino ste na potovanju v tujini. Ena od potnic vam sporoči, da so ji ukradli torbico z dokumenti in denarjem. Kaj storite?

Umetnostna zgodovina z arheologijo:

140. Kaj in kako raziskuje arheologija?
141. Kaj raziskuje umetnostna zgodovina?
142. Kaj nam pove stratigrafija?
143. Katera so pomembna arheološka najdišča v Sloveniji?
144. Katere so značilnosti rimskega tabora – ceste in kakšna je urbanistična shema mesta?
145. Katere so osnovne likovne zvrsti, dejavnosti in njihove značilnosti?
146. Kaj so oblike likovnega dela?
147. Kaj je značilno za umetniško kompozicijo?
148. Kako razberemo tlorise in značilnosti zunanjih stavb?
149. *Urbana podoba*: Kaj lahko izberemo iz tlorisa mesta? Razbiranje zgodovinskih značilnosti iz geografskih kart.
150. Katere so značilne slikarske tehnike in njihove značilnosti?
151. Katere so značilne kiparske tehnike?
152. Kateri detajli pomagajo prepoznavati stil stavbe in njeno časovno opredelitev?

153. Pojasnite izraza manierizem in fin-de siecle in njuno pojavljanje v zgodovini.
154. Opredelite prazgodovino in značilnosti prazgodovinskih kultur.
155. Katere so likovne značilnosti grške antike?
156. Katere so likovne značilnosti rimske antike?
157. Katere so likovne značilnosti romanike?
158. Katere so likovne značilnosti gotike?
159. Katere so likovne značilnosti renesanse?
160. Katere so likovne značilnosti baroka?
161. Opredelite baročno arhitekturo Na Slovenskem.
162. Opišite značilnosti zgodovinskih slogov 19. stoletja.
163. Opišite značilnosti impresionizma in opredelite slovenske impresioniste.
164. Katere so značilna dela Jožeta Plečnika v Ljubljani in v ljubljanskem obdobju?

PRILOGA 3: VPRAŠALNIK

Pozdravljeni, moje ime je Saša in sem absolventka Ekonomske fakultete v Ljubljani. V okviru svoje diplomske naloge izvajam tržno raziskavo z naslovom 'Značilnosti turističnega vodnika'. Vaše sodelovanje v anketi mi bo v veliko pomoč pri analiziranju problema raziskave. Anketa bo trajala 5-10 minut.

1. Kolikokrat ste se v preteklih 5 letih udeležili organiziranega potovanja, ki ga je vodil slovenski turistični vodnik? *(Prosim obkrožite en odgovor)*

- 1 krat
- 2 krat
- 3-5 krat
- več kot 5 krat

2. V kolikšni meri so za vas pomembne naslednje osebnostne lastnosti turističnega vodnika? Navedla vam bom nekaj možnih osebnostnih lastnosti, vi pa vsako ocenite z oceno od 1-5 v kolikšni meri je ta za vas pomembna. Ocena 1 pomeni, da sploh ni pomembna, ocena 5, da je zelo pomembna!

	1 – sploh ni pomembna	2 – ni pomembna	3 – niti pomembna, niti nepomembna	4 – pomembna	5 – zelo pomembna
a. poštenost	1	2	3	4	5
b. vljudnost	1	2	3	4	5
c. zmernost	1	2	3	4	5
d. točnost	1	2	3	4	5
e. strokovnost/pripravljenost	1	2	3	4	5
f. objektivnost	1	2	3	4	5
g. družabnost	1	2	3	4	5
h. smisel za humor	1	2	3	4	5
i. prepričljivost	1	2	3	4	5
j. prijaznost	1	2	3	4	5
k. iznajdljivost	1	2	3	4	5

3. Kako pomembno je po vašem mnenju, da ima turistični vodnik znanje iz sledečih področij? Navedla vam bom nekaj področij, vi pa vsako ocenite z oceno od 1-5, v kolikšni meri mislite, da je za vas pomembno. Ocena 1 pomeni, da sploh ni pomembno, ocena 5, da je zelo pomembno!

	1 – sploh ni pomembno	2 – ni pomembno	3 – niti pomembno, niti nepomembno	4 – pomembno	5 – zelo pomembno
a. zgodovina	1	2	3	4	5
b. umetnostna zgodovina z arhitekturo	1	2	3	4	5
c. etnologija (veda o materialni, družbeni in duhovni kulturi)	1	2	3	4	5
d. prehrambne navade države v katero se potuje	1	2	3	4	5
e. trenutno stanje v državi (gospodarsko, politično, družbeno)	1	2	3	4	5
f. možnost zabave	1	2	3	4	5
g. možnost nakupov	1	2	3	4	5
h. obvladanje jezika države v katero se potuje	1	2	3	4	5
i. znanje vsaj enega svetovnega jezika (npr. angleščine)	1	2	3	4	5

4. V spodnji tabeli je navedenih nekaj fizičnih lastnosti turističnega vodnika.

Glede na vašo preferenco obkrožite številko po pomembnosti od 1-5. 1 pomeni, da omenjena lastnost turističnega vodnika za vas sploh ni pomembna, 5 pa, da je zelo pomembna!

	1 – sploh ni pomembna	2 – ni pomembna	3 – niti pomembna, niti nepomembna	4 – pomembna	5 – zelo pomembna
a. fizični izgled turističnega vodnika	1	2	3	4	5
b. spol turističnega vodnika	1	2	3	4	5
c. starost turističnega vodnika	1	2	3	4	5
d. barva glasu	1	2	3	4	5
e. hitrost govorjenja	1	2	3	4	5

5. Usposobljenost turističnih vodnikov se je po vašem mnenju v zadnjem obdobju:

- povečala
- zmanjšala
- ostala enaka

Na koncu bi vas prosila še za nekaj osebnih podatkov:

6. Spol: M Ž

7. Starost:

- od 15 do 24 let
- od 25 do 44 let
- od 45 do 64 let
- nad 65 let

8. Dopolnjena izobrazba:

- osnovna izobrazba ali manj
- nižja in srednja poklicna ali strokovna izobrazba
- srednja splošna izobrazba
- višja izobrazba
- visoka izobrazba ali več

9. Neto mesečni dohodek: (*vsi prejemki vašega gospodinjstva*)

- do 150.000 SIT
- od 150.001 SIT do 350.000 SIT
- od 350.001 SIT do 550.000 SIT
- od 550.001 SIT do 750.000 SIT
- nad 750.000 SIT

Hvala za sodelovanje!

PRILOGA 4: OPIS VPRAŠALNIKA IN SPREMENLJIVK

Vprašalnik vsebuje 9 vprašanj. Od tega se jih 5 nanaša na značilnosti turističnega vodnika, preostala 4 pa na sociodemografske značilnosti anketirancev. Glede na postavljene cilje raziskave vam v nadaljevanju predstavljam posamezna vprašanja:

- *Udeležba Slovencev na organiziranem potovanju*

S prvim vprašanjem ugotavljam povprečno udeležbo Slovencev na organiziranem potovanju ob spremstvu slovenskega turističnega vodnika v preteklih petih letih. Pri tem vprašanju anketiranci navajajo kolikokrat so se udeležili organiziranega potovanja.

- *Osebnostne lastnosti turističnega vodnika*

Pri drugem vprašanju so anketiranci ocenjevali enajst osebnostnih lastnosti turističnega vodnika: poštenost, vljudnost, zmernost, točnost, strokovnost/pripravljenost, objektivnost, družabnost, smisel za humor, prepričljivost, prijaznost in iznajdljivost. Pri tem so imeli na voljo pet stopenjsko Likertovo ocenjevalno lestvico, kjer ocena 1 pomeni, da osebnostna lastnost turističnega vodnika za anketiranca sploh ni pomembna, ocena 5 pa, da je zelo pomembna.

- *Področja znanja turističnega vodnika*

Pri tretjem vprašanju so anketiranci s pomočjo Likertove lestvice ocenjevali devet različnih področij znanja, ki bi jih moral obvladati turistični vodnik. Ocena 1 pomeni, da za anketiranca področje sploh ni pomembno, ocena 5 pa, da je zelo pomembno. Navedena področja znanja so: zgodovina, umetnostna zgodovina z arhitekturo, etnologija, prehrabene navade države, v katero se potuje, trenutno stanje v državi, možnost zabave, možnost nakupov, obvladanje jezika države, v katero se potuje in znanje vsaj enega svetovnega jezika.

- *Fizične lastnosti turističnega vodnika*

Anketiranci so pri četrtem vprašanju ocenjevali, z oceno od 1 do 5, fizične lastnosti turističnega vodnika, kjer ocena 1 pomeni, da navedena fizična lastnost turističnega vodnika za anketiranca sploh ni pomembna, ocena 5 pa, da je zelo pomembna. Ocenjevali so fizični izgled, spol, starost, barvo glasu in hitrost govorjenja turističnega vodnika.

- *Usposobljenost turističnega vodnika*

S petim vprašanjem sem želela ugotoviti ali se je usposobljenost turističnih vodnikov v zadnjem obdobju spremenila. Anketiranci so se odločali med naslednjimi možnimi odgovori; povečala, zmanjšala, ostala enaka.

- *Sociodemografske značilnosti*

Pri obdelavi in analizi so bistvenega pomena tudi osebni podatki anketirancev. Zadnji sklop vprašanj tako vključuje osnovne sociodemografske značilnosti anketirancev, med katere sem vključila spol, starost, dopolnjeno izobrazbo anketiranca in neto mesečni dohodek gospodinjstva, v katerem anketiranec živi.

