

**Martina
Glavan**

**KVALITETNA PRAKSA U
ODRŽIVOM TURIZMU I
UPRAVLJANJE KULTURNOM
BAŠTINOM**

**QUALITY INTERNSHIPS IN
SUSTAINABLE TOURISM
AND CULTURAL HERITAGE
MANAGEMENT**

SAŽETAK: QUEST (Ugovor br. 2021-1-hr01-ka220-hed-000032220), poznat kao Kvalitetna praksa u održivom turizmu i kulturnoj baštini, projekt je EU-a s trajanjem od 36 mjeseci, a partneri projekta su iz Turističke zajednice Solina (Hrvatska), La Rotta dei Fenici (Italija), Timesis SRL (Italija), Universidad de Málaga (Španjolska), Gestión Cultural y Ocio (Španjolska), Sveučilišta u Nikoziji (Cipar), Turističke zajednice Larnake (Cipar). Na temelju projekta formiran je i proveden upitnik o različitim vrstama zaposlenika i poslodavaca. Glavni je fokus na kulturnoj baštini i turizmu, načinu na koji oni gledaju na kulturnu baštinu i turizam te kako ih implementiraju u svoje područje rada. Prije samog upitnika važno je spomenuti samu kulturnu baštinu i turizam pa će se i o tome raspravljati.

KLJUČNE RIJEČI: kulturna baština, kultura, turizam

ABSTRACT: QUEST (Agreement No. 2021-1-hr01-ka220-hed-000032220) known as Quality internships in sustainable tourism and cultural heritage is a EU projekt with the duration of 36 monts, the prooject holds partners from Tourist Board Solin (Croatia), La Rotta dei Fenici (Italy), Timesis SRL (Italy), Universidad de Málaga (Spain), Gestión Cultural y Ocio (Spain), University of Nicosia (Cyprus), Larnaka Tourism Board (Cyprus). Based on the project a questionnaire was formated and conducted upon different kind of employees and employers. The main focus is on cultural heritage and tourism, and how it is seen from their point of view and how they implement it in their kind of field of work. Before going on the the questionnaire itself it is important to mention cultural heritage itself and tourism, so that will be discussed about as well.

KEY WORDS: cultural heritage, culture, tourism



This work is licensed under a CC BY-NC 4.0 license
© author(s)
Ovaj je rad licenciran pod licencom CC BY-NC 4.0
© autor(i)

UVOD

Kulturni turizam temelji se na kulturnoj baštini i duboko je povezan s njom u svim segmentima i podtipovima, uključujući i arheološki turizam. Stoga je važno početi od početka i objasniti terminologiju prema postojećim definicijama. Kultura nas definira, baš kao što mi definiramo stvaranje i specifičnosti svake kulture, odnosno sve vrijednosti koje nas čine prepoznatljivima kao društvo. Kulturu definiramo kao sveukupnost naših materijalnih i duhovnih, etičkih i društvenih vrijednosti, uključujući društvene i produktivne aktivnosti.

Kulturnu baštinu i njezine vrijednosti prepoznajemo i po njihovoj životnosti. Kulturna baština jest zapis svih aktivnosti ljudskog duha, odnosno odraz duha u materijalnim stvarima koje su sačuvane tijekom vremena, odraz onoga što je duhovno važno i istinito za čovječanstvo, kroz što preispitujemo tko smo, odakle dolazimo i kamo idemo, a kao rezultat toga, takvo promišljanje ima trajnu vrijednost. Čovječanstvo stoga nastoji zadržati oblik materijalnih stvari i zaštititi ih od uništenja, u svrhu očuvanja onoga što je nadahnulo uvide u istinu o nama samima.

Kulturna baština ima umjetničku, povijesnu, znanstvenu, dokumentarnu i drugu duhovnu vrijednost, ali i važnost u obrazovnom, društvenom i turističkom smislu. Kulturna baština i kulturni identitet u potpunosti su povezani. Kulturni identitet skup je obilježja po kojima poznajemo ili prepoznajemo specifičnu prirodu ljudskih zajednica. Kulturni identitet dinamičan je i složen, utemeljen na kulturi koju smo naslijedili, ali se istodobno neprestano mijenja, stvara i proizvodi. Kulturni turizam potraga je i prepoznavanje onoga što je jedinstveno i lijepo, a predstavlja našu najdragocjeniju baštinu: osobine koje želimo sačuvati i prenijeti na svoje potomke, a na koje naša zajednica može biti ponosna. Kulturni turizam uključuje čitav niz ljudskog stvaralaštva, običaja, baštine i kulturnih aktivnosti. Ovaj oblik turizma također stvara partnerstva između

INTRODUCTION

Cultural tourism is based on cultural heritage and is deeply linked to it in all segments and sub-types, including archaeological tourism. It is therefore important to start at the beginning and explain the terminology according to the definitions that already exist. Culture defines us, just as we define the creation and specific characteristics of every culture, that is, all the values that make us recognizable as a society. We define culture as the totality of our material and spiritual, ethical and social values, including social and productive activities.

We also recognize cultural heritage and its values by their vitality. Cultural heritage is the record of all the activities of the human spirit, that is, a reflection of the spirit in material things that are preserved over time, a reflection of what is spiritually important and true for humankind, through which we question who we are, where we come from and where we are going, and as a result, such reflection is of lasting value. Humankind therefore endeavours to retain the shape of material things and protect them from destruction, for the purpose of preserving what inspired insights into the truth about ourselves.

Cultural heritage has artistic, historical, scientific, documentary, and other spiritual value, but also importance in educational, social and tourism terms. Cultural heritage and cultural identity are entirely bound together. Cultural identity is a collection of characteristics by which we know or recognize the specific nature of human communities. Cultural identity is dynamic and complex, founded on the culture we have inherited, but at the same time it is constantly changing, being created and produced. Cultural tourism is a search for and also acknowledgement of what is unique and beautiful, and represents our most valuable heritage: the attributes we wish to preserve and pass on to our descendants, the attributes of which our community can be proud. Cultural tourism involves a whole range of human creativity, customs, heritage, and cultural activities. This form of tourism also creates

različitih sadržaja, ali sve se uklapa u način života određenog mjesta.

QUEST – promicanje kvalitete u praksama u održivom turizmu i kulturnom menadžmentu projekt je koji traje 36 mjeseci s partnerima iz Španjolske, Cipra i Hrvatske. Glavni je cilj projekta povećati zapošljivost studenata u sektoru turizma, na dva načina: primarni cilj je u početku uključiti vještine koje pridonose boljoj zapošljivosti u kurikulumu putem nadziranog radnog iskustva, dok sekundarni cilj podrazumijeva uključivanje vještina izravno u kurikulumu kroz samostalne edukacije temeljene na vještinama. Cilj je partnerstva QUEST povećati zapošljivost studenata analizirajući nedostatke u vještinama i osmišljavajući fleksibilan program *online* edukacije koji će biti podržan inovativnim alatima proizašlima iz rezultata projekta QUEST. Ova inicijativa također implementira novu politiku i metodologiju suradnje s ciljem povezivanja obrazovnog i poslovnog sektora, čime će se ojačati učinkovitost metodologije osmišljene za poticanje zapošljivosti studenata. Prvi rezultat projekta inovativan je program temeljen na vještinama za studente koji se suočavaju s tržištem rada u turističkom sektoru, dok je drugi rezultat projekta platforma i aplikacija za e-učenje, jedinstvena platforma za studente, nastavnike visokih učilišta i tutore organizacija koji ih podržavaju tijekom cijelog programa učenja i stjecanja radnog iskustva. Treći je rezultat projekta sporazum o suradnji između visokih učilišta i turističke organizacije na mediteranskom području. I na kraju, ali ne manje važno, četvrti rezultat projekta opsežna je publikacija koja sažima metodologiju QUEST-a, program učenja, aktivnosti i rezultate kao podršku daljnjem razvoju.

Na temelju ovog projekta proveden je upitnik i u nastavku će biti prikazani rezultati. Upitnik se temelji na ulogama i vještinama u (novim) profesijama iz područja turizma i kulturne baštine. Kao što sam već spomenula, sudionici iz Hrvatske, Italije, Španjolske i Cipra proveli su upitnik, a ukupan je broj ispitanika 78. Upitnik je bio uspješan i ostvario je sve postavljene ciljeve.

partnerships between different content, but it all fits into the way of life of the place.

QUEST – promoting quality in internships in sustainable tourism and cultural management is a project that lasts 36 months with partners from Spain, Cyprus, and Croatia. The main objective is to increase higher education students employability in the tourism sector, in two ways, the primary aim initially involves intergrating employability skills into curricula via supervised work experience, while the secondary objective entails incorporating these skills directly into the curricula through stand-alone, skill-based training sessions. The Quest partnership aims to enhance students employability by analyzing skill gaps and devising a flexible, long-distance training program supported by innovative tools derived from the Quest project results. The initiative will also establish and implement new policies and a cooperation methodology aimed at bridging the education and business sectors, thus bolstering the effectiveness of the methodology designed to boost students employability. Project result one is an innovative and skill-based program for higher education students that face the tourism sector labour market, project result two is an e-learning platform and app, a unique platform for HE students, HEI trainers and organisations tutors that supports them all along the learning program and work experience, project result three is a cooperation agreement between HEIs and tourism organisation in the Mediterranean area and last but not least is project result four and it is a comprehensive publication summarizing QUEST methodology, learning program, activities and results to support further exploitation.

Based on this project a questionnaire was conducted and in the following results will be shown. The questionnaire is based on roles and skills in the (new) tourism professions and cultural heritage. Like I said, participants from Croatia; Italy, Spain and Cyprus conducted the questionnaire and the overall number is 78. The questionnaire was a success and reached all goals that have been placed. Furthermore, our

Nadalje, naš su glavni fokus odgovori dobiveni od različitih ispitanika. Bilo je mnogo različitih ispitanika, iz različitih područja i s raznih pozicija.

main focus will be the given answers by a variety of interviewers. There were many different respondents, from diverse fields and positions.

OPĆE INFORMACIJE O RADNOM MJESTU

Prvi dio upitnika temeljio se na općim informacijama o radnom mjestu. Što se tiče prvog pitanja, pitanja o radnom mjestu, od svih dobivenih odgovora 28,6 % bilo ih je iz Španjolske, po 26,3 % iz Cipra i Hrvatske, a iz Italije 18,4 %. Dani odgovori na pitanje o ulozi/položaju osobe koja odgovara na upitnik prikazani su na Grafikonu 1. Stupci pokazuju da je 68,4 % visokopozicioniranih menadžera, 15,8 % tehničara i 14,5 % službenika. Postotci su odgovori ispitanika upitnika.

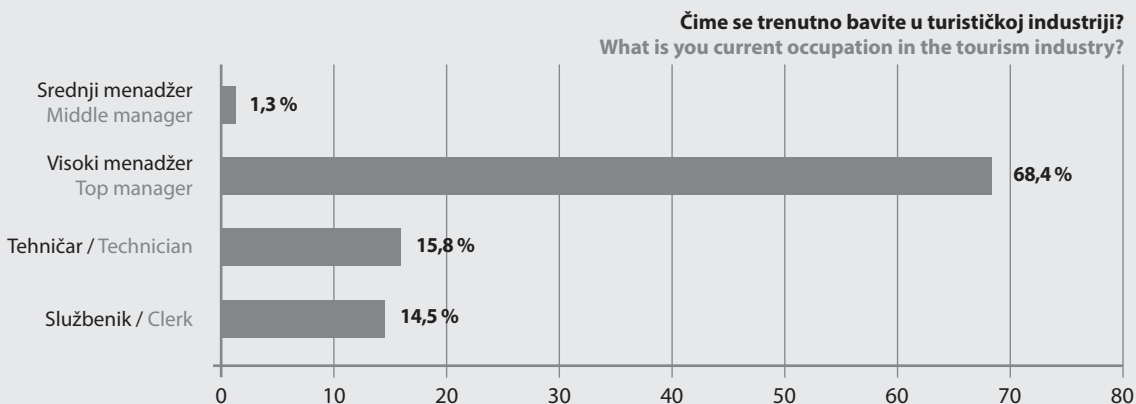
Broj zaposlenih u organizaciji važan je da bismo znali o kakvom je poduzeću riječ pa se sljedeće pitanje odnosi na broj zaposlenih u organizaciji, s odgovorima višestrukog izbora: samo jedna samozaposlena osoba, mikro poduzeće (manje od 10 zaposlenih), malo poduzeće (više od 10 i manje od 50 zaposlenih), srednje (više od 50 i manje od 250 zaposlenih) i veliko poduzeće (više od 250 zaposlenih) (Grafikon 2).

GENERAL INFORMATION ABOUT THE WORKPLACE

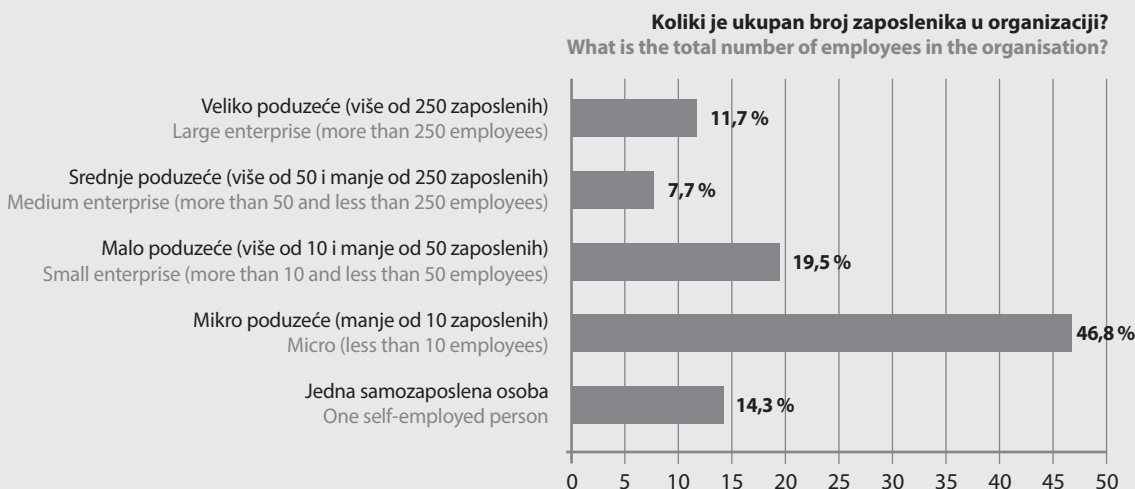
The first part of the questionnaire was based on general information in the workplace. Considering the first question about the workplace all answers combined show that 28,6% of the answers were from Spain, 26,3% hold both Cyprus and Croatia, and Italy with 18,4%. The answers given to the question about the role/position of the person answering the questionnaire are shown in Graph 1. According to the bars we have 68,4% top managers, 15,8% technicians, and 14,5% clerks.

The percentages are the responses from the questionnaire respondents. The number of employees in the organisation is important to know what kind of enterprise we are talking about so, the next question asked how many employees the organization had, with multiple choice answers: only self-employed person, micro (less than 10 employees), small enterprise (more than 10 and

GRAFIKON 1. ZANIMANJE / GRAPH 1. OCCUPATION



GRAFIKON 2. BROJ ZAPOSLENIKA / GRAPH 2. NUMBER OF EMPLOYEES



Da bismo imali bolje informacije o tvrtki/ organizaciji, pitali smo koja je prevladavajuća aktivnost organizacije. Dani su razni odgovori, koji su svi ključni za bolje razumijevanje organizacije. Kako bih dobila bolji uvid u dominantnu aktivnost, podijelila sam aktivnosti u tri skupine. Prva se temelji na turističkoj aktivnosti, druga na kulturnoj aktivnosti, a treća na objema. U Tablici 1 predstavljam vam odgovore.

OPIS ZANIMANJA

U drugom dijelu upitnika ispitanici su trebali opisati svoje zanimanje. Od njih je zatraženo da prikažu neke detalje zanimanja koje opisuju kako bismo dobili bolji uvid i opis zanimanja. Postavljeno je više pitanja na koja je svatko dao odgovore koji odgovaraju njegovom radnom mjestu/ zanimanju.

Prvo je pitanje tražilo puni naziv zanimanja koje će opisati u upitniku. Nadalje, dani su praktični

less than 50 employees), medium enterprise (more than 50 and less than 250 employees), and large enterprise (more than 250 employees) (Graph 2).

To have a better intell about the company/ organisation we asked what is the predominant activity of the organization. A variety of replies were given, which are all crucial for a better understanding of the organisation. To get a better view on the predominant activity I have divided the activites into 3. groups. The first one is based on tourism activities, second on cultural activities and third consists on both. In Table 1 I present you the answers.

OCCUPATION DESCRIPTION

The second part of the questionnaire was for interviewers to describe their occupation to show us some details about the occupation they are describing to get a better view and description of it. Several questions were asked, and they all answered according to their workplace/ occupation.

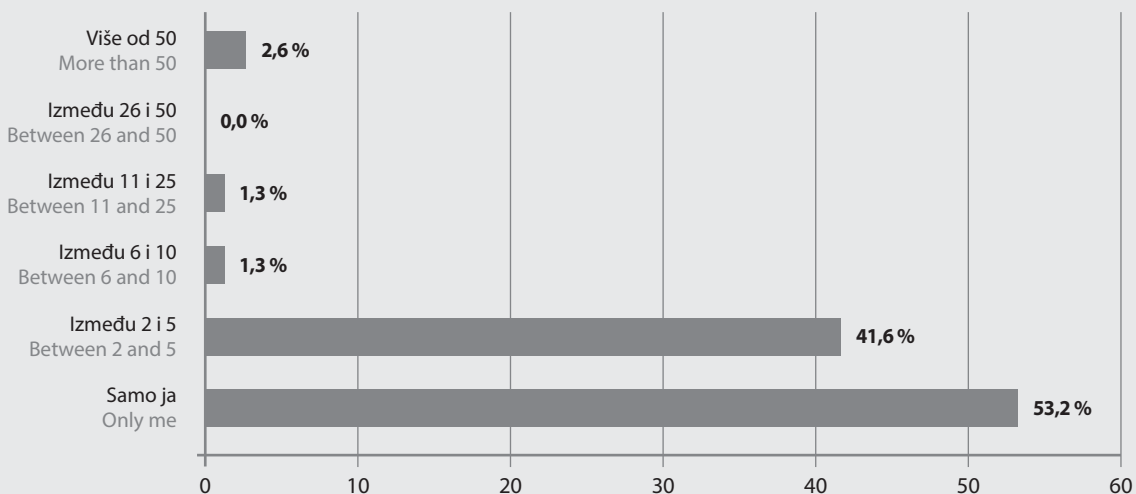
TABLICA 1. PREVLAĐAVAJUĆA AKTIVNOST U ORGANIZACIJI
TABLE 1. PREDOMINANT ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

TURIZAM TOURISM	KULTURNA BAŠTINA CULTURAL HERITAGE	OBOJE BOTH
Turizam x3 Tourism x3	Predstavljanje muzejskih zbirki The presentation of the museum collections	Marketing Marketing
Hotelijerstvo Hospitality	Ručno izrađen nakit od poludragog kamenja Handmade jewellery with semi-precious stone	NVO NGO
Projekti održivog turizma Sustainable tourism projects	Kulturno promicanje i izlaganje antičke ciparske umjetnosti Cultural promoting and displaying ancient Cypriot art	Javne usluge Public services
DMO x5 DMO x5	Menadžment u kulturi i privremeni postavi Cultural management and temporary exhibitions	Europski projekti European projects
Dolazni turizam i srodne usluge Incoming tourism & related services	Menadžment u kulturi Cultural management	Lokalna samouprava i administracija Local government and administration
Hotelske usluge Hotel services	Upravljanje andaluzijskim kulturnim prostorima i proizvodima Management of Andalusian cultural spaces and products	Nacionalno tijelo National authority
Smještaj za mali turizam Small tourism lodgings	Istraživanje i promicanje povijesti i kulture Research and promotion of history and culture	Pružatelj sadržaja/ tehnologije za obuku Training content/ technology provider
Turističko vođenje Tourist guidance	Poljoprivreda/ugostiteljstvo Agriculture/hospitality	Promocija Promotion
Turistička promidžba – Grad Zagreb Tourism promotion – City of Zagreb	Kultura Culture	Promocije, PR, marketing Promotions, PR, Marketing
Hotelijerstvo i ugostiteljstvo Hotel and catering	Muzejska djelatnost Museum activity	Fotografiranje biljnog i životinjskog svijeta Wildlife Photography
Turizam – vođeni obilasci Tourism – guided tours	Vođeni obilazak/edukacija Guided tour/educational	
Vođeni obilazak Guided tour	Promocija i kulturna baština Promotion and cultural heritage	
Putničke i turističke operacije Travel and tourism operations	Izložbe i kulturne aktivnosti Exhibitions and cultural activities	
Hoteli / Hotels	Menadžment u kulturi / Cultural management	
Vođenje Guide	Arheološko upravljanje Arhaeological management	

TURIZAM TOURISM	KULTURNA BAŠTINA CULTURAL HERITAGE	OBOJE BOTH
Organizacija putovanja Tour operator incoming	Rimski kazališni muzej u Cartageni, konzervacija, istraživanje, kulturna, obrazovna i turistička difuzija Roman theatre museum of Cartagena, conservation, research, cultural, educational and tourist diffusion	
Dizajn, komunikacija, promocija turističke ponude Design, communication, promotion of tourism offers	Upravljanje baštinom Heritage management	
Promicanje grada i okruga Nicosia kao kvalitetnog turističkog odredišta Promoting Nicosia city and district as a quality tourism destination	Menadžment konzervacije i diseminacije povijesne baštine Management of conservation, and dissemination of historical heritage	
Promocija i razvoj turizma u Gradu Sinju Promotion and development of tourism in the city of Sinj	Ručno rađeni ekoturizam i kulturni turizam Handmade ecotourism and cultural tourism	
Putnička agencija Travel agency	Arheološke i kulturne usluge Archeology and cultural services	
Organizacija događaja Events management	Kulturne usluge Cultural services	
Usluge turističkog marketinga i savjetovanja Tourist marketing & consulting services	Očuvanje, zaštita, prezentacija, komunikacija arheološke baštine Preservation, protection, presentation, communication of archaeological heritage	
Promicanje održivog turizma kroz projekte Promote sustainable tourism through projects	Arheološka iskopavanja, preventivna arheologija, restauracija Archaeological excavations, preventive archeology, restoration	
Turistička promocija / Tourist promotion	Muzej / Museum	
Hotel u odmaralištu Resort hotel	Prezentacija arheološke baštine Archaeological heritage presentation	
	Muzeji, izložbe, organizacija, didatička djelatnost Museums, exhibitions, organization, didactic activity	
	Kulturna baština Guardamara del Segure Cultural heritage of Guardamar del Segura	
	Kulturni centar Cultural center	
	Rekonstrukcija arheološkog lokaliteta Pyrgos Reconstruction of the Pyrgos archaeological site	
	Istraživanje, čuvanje i predstavljanje arheoloških nalaza Researching, keeping and presenting of archaeological findings	

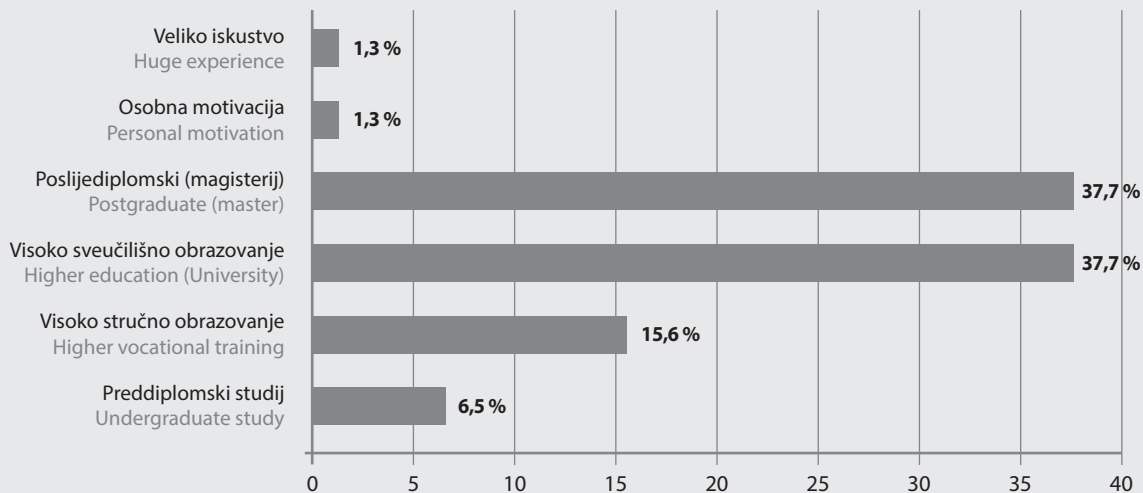
GRAFIKON 3. ISTO RADNO MJESTO / GRAPH 3. SAME JOB ROLE

Koliko zaposlenika ima isto radno mjesto u Vašoj organizaciji?
How many employees have the same job role in your organisation?



GRAFIKON 4. KVALIFIKACIJE / GRAPH 4. MA QUALIFICATIONS

Koje kvalifikacije smatrate najprikladnijima za ovo radno mjesto?
Which qualifications do you consider most appropriate for this work place?



odgovori na pitanje „Na koje načine smatrate da je vaša svakodnevna aktivnost važna za ukupni uspjeh u vašoj organizaciji?“ Dobiveni su razni odgovori, iako su se neki preklapali. Neki su izjavili da je vrlo važno biti na istoj valnoj duljini i imati komunikacijske vještine, drugi su objasnili da vodstvo i *coaching* igraju veliku ulogu u postizanju uspjeha na radnom mjestu, između ostalog uz pomoć kreativnosti i koordinacije.

Kako biste dobili bolji uvid, navodim odgovore na pitanje koliko ljudi u organizaciji ima isto radno mjesto. Na Grafikonu 3 možemo vidjeti da su najčešći odgovori podijeljeni između „samo ja“, njih 53,2 %, i „između 2 i 5“, nešto manje, 41,6 %. To pokazuje da malo ljudi dijeli isto radno mjesto, svodi se na otprilike jednu do tri osobe.

Kada govorimo o kvalifikacijama, znamo da je to presudan čimbenik koji treba unijeti u organizaciju. Dijeljenje stečenog obrazovanja nije samo važno već i nužno. Grafikon 4 daje odgovore i postotke na pitanje koje kvalifikacije smatraju najprikladnijima.

Pitanje je nudilo četiri razine: preddiplomski studij, visoko stručno obrazovanje, visoko sveučilišno obrazovanje, poslijediplomski (magisterij), uz prazan dio gdje su ispitanici mogli napisati nešto drugo. Dva su najčešća odgovora, koja dijele isti postotak od 37,7 %, poslijediplomski (magistarski) i visokoškolski (sveučilišni). Dana su još dva odgovora, koja nisu bila predložena, prvi je „veliko iskustvo“, a drugi „osobna motivacija“, što znači da ti zaposlenici smatraju da kvalifikacija nije čimbenik.

Na pitanje koja je najprikladnija kvalifikacija za određeno radno mjesto predložen je višestruki izbor odgovora. Navedeni odgovori bili su: studij turizma, studij kulturne baštine, menadžment/ekonomija i stručne kvalifikacije u konkretnom području (cjeloživotno učenje), uz mogućnost dopisivanja nečega što nije zadano. Od 78 odgovora, 38 ispitanika odgovorilo je studij turizma, 32 studij kulturne baštine, 33 menadžment/ekonomija, a 31 stručna

The first question asked the full name of the occupation that they will describe going on in the questionnaire. Furthermore, practical answers were given when they answered the question stated “In what ways do you think your daily activity is important for the overall success in your organisation?” A variety of answers were given, but some overlapped. Some stated it is very important to be on the same page and have communication skills, others went in the direction that leadership and coaching has a big rule into making the workplace successful, amongst with creativity and coordination.

In order to give you a better insight, I am listing the answers to the question of how many people in the organization have the same position. In Graph 3 we can see the most given answers were split into “only me” with 53,2% and “between 2 to 5” with not far behind 41,6%. The following shows that not many people share the same job role, it comes down to approximately 1 to 3 people.

When we talk about qualification we know it is a crucial factor to bring to an organisation. Sharing acquired education is not only important but also necessary. Graph 4 presents the answers and percentages to the question of which qualification they believe is the most appropriate.

The question offered four cycles: undergraduate study, higher vocation training, higher education (university), postgraduate (master) and a blank section where they could have written something else. The two most common answers that share the same percentage of being 37,7% are both postgraduate (master) and higher education (university). There are also two answers given that were not in the suggestion, with the first one being „huge experience“ and the second one „personal motivation“, which means that these employees feel that qualification is not a factor.

Going on, a multiple choice of answers were suggested when asked what was the most appropriate qualification for the specific job role. The given answers consisted of: tourism studies, cultural heritage studies, management/business

kvalifikacija u određenom području. Napisani su i drugi odgovori, kao što su mješavina turizma i kulture, jezičnih i komunikacijskih vještina, a kao odgovarajuća kvalifikacija navedeni su i marketing i PR.

SPECIFIČNA STRUČNA ZNANJA I VJEŠTINE

Prešavši na vještine, zamolili smo ispitanike da navedu koja glavna znanja i vještine svakodnevno koriste na svojem radnom mjestu. Imali su priliku navesti do šest glavnih znanja/vještina za zanimanje/radno mjesto koje su opisali u upitniku. Za svaku dužnost morali su opisati znanja i vještine potrebne za njezinu provedbu. Zatim su u sljedećoj tablici trebali navesti kako steći dano znanje/vještinu te kolika će biti njihova važnost u budućnosti. Većina ispitanika navela je svih šest. Navođenje svih vještina bilo je neobavezno pa su neki navodili samo četiri ili pet. Također, trebali su objasniti kako su stekli vještine: kroz formalno obrazovanje, kroz neformalno obrazovanje i radno iskustvo te odgovoriti hoće li one za pet godina biti važnije ili manje važne. Ponudene su različite vještine, ali one koje su se preklapale bile su: vodstvo, kreativnost, marketing, specifična znanja u turizmu, poznavanje kulturne baštine, menadžment, komunikacija, organizacija i financije. Većina ispitanika odgovorila je da će to biti važnije u budućnosti te da se najčešće stječe kroz radno iskustvo, pri čemu je formalno obrazovanje na drugom mjestu.

OSPOSOBLJAVANJE ZA STANDARDNO ZANIMANJE

Kada tvrtka organizira povremene edukacije, to upućuje na pozitivnu perspektivu na radnom mjestu. Na pitanje je li organizirana edukacija za nove zaposlenike te u kojem trajanju ispitanik je mogao odabrati između: manje od jednog mjeseca, jedan mjesec, između jednog mjeseca i tri mjeseca, između tri mjeseca i šest mjeseci

and professional qualification in the specific area (lifelong learning), with also a possibility to write something that is not given. From 78 replies, 38 answered tourism studies, 32 cultural heritage studies, 33 management/business and 31 professional qualifications in the specific area. Other answers were written as well such as a mix between tourism and culture, language and communication skills, and marketing and PR was listed as an appropriate qualification.

SPECIFIC KNOWLEDGE AND SKILLS

Going on to skills, we asked the interviewers to specify which main knowledges and skills they use on a daily basis in their job role. They had a chance to list up to 6 main knowledges/skills for the occupation/job role that they described in the questionnaire. For each main duty they had to describe the knowledge and skills necessary to implement it. Then in the next table they needed to specify how to acquire the given knowledge/skill and that they thought would be their importance in the future. Most interviewers gave all 6 skills, while some stopped at 4, or 5, it was optional. Also, there were given explanations as to how they acquired the skill: through formal education, non-formal education and work experience, and will it be more important in 5 years or less important. A variety of skills were given but the ones that overlapped were: leadership, creativity, marketing, knowledge in tourism, knowledge in cultural heritage, management, communication, organisation and finance. And most interviewees answered that it will be more important in the future, and that is most often acquired through work experience with formal education being on second place.

TRAINING FOR THE STANDARD OCCUPATION

When the occupation provides occasional training it shows a positive perspective in the workplace. When asked if training is provided

i cijela prva godina. Grafikon 5 prikazuje što je najviše puta odabrano. Najčešća dva odgovora bila su: edukacija u trajanju od jednog do tri mjeseca i manje od jednog mjeseca, dok su najmanje davani odgovori da se edukacija provodi kroz cijelu prvu godinu. Stoga, da zaključimo, edukacija novopridošlim članovima kolektiva pruža bolje razumijevanje njihovih odgovornosti i zasigurno će povećati samopouzdanje, koje će značiti poboljšanje obavljanja posla. Edukacija je neophodna.

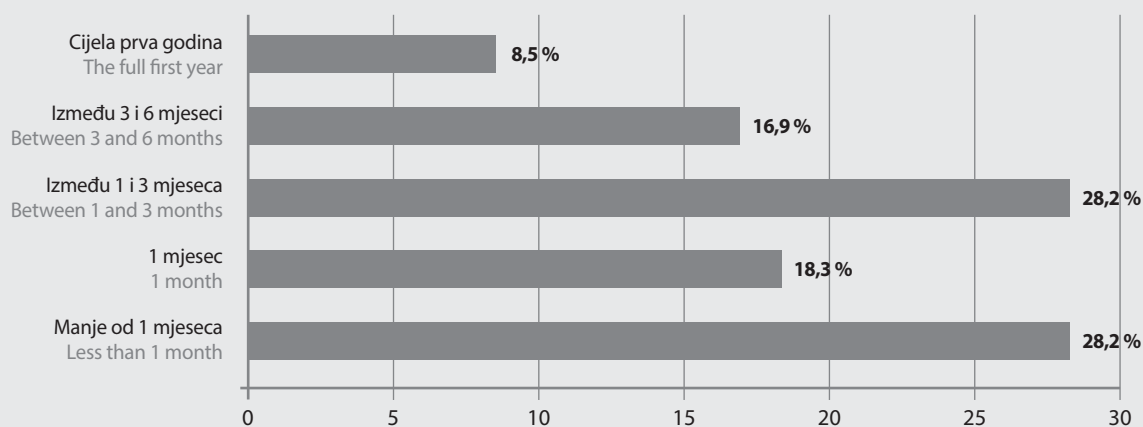
Nakon toga, sljedeće pitanje odnosi se na stručno osposobljavanje unutar organizacije. Budući da je bilo dopušteno dati više odgovora, najčešći je bio da je stručno usavršavanje potrebno te da se organizira interno, s nešto manje odgovora da ga provode vanjski pružatelji obrazovnih usluga (Grafikon 6). Stručno usavršavanje unutar tvrtke pruža mnoge prednosti i treba ga uzeti u obzir u svakoj organizaciji. Odabir predloženih odgovora prikazan na grafikonu pokazuje nam da je stručno usavršavanje doista potrebno. Od iznimne je koristi i omogućava velike prednosti u poslu.

to new employees, the respondent could have chosen from: less than one month, one month, between one month to three months, between three months to six months and full first year. Graph 5 shows what was mostly chosen. The top 2 answers consist of training between one month to three months and less than one month, while the least given answers are for the full first year. Therefore, to conclude, training gives new joins a better understanding for their responsibilities, and will most definitely enhance confidence that shows improvement in their overall performance. Training is not only crucial but necessary.

Subsequently, the following question is based on professional training within the organisation. As multiple answers were allowed, the most common one was that professional training is necessary and internally organised, with training provided by external providers of educational institute not far along (Graph 6). Professional training within the company provides many benefits, and should be considered in every organisation. Within the suggested answers, the graph shows us that it is

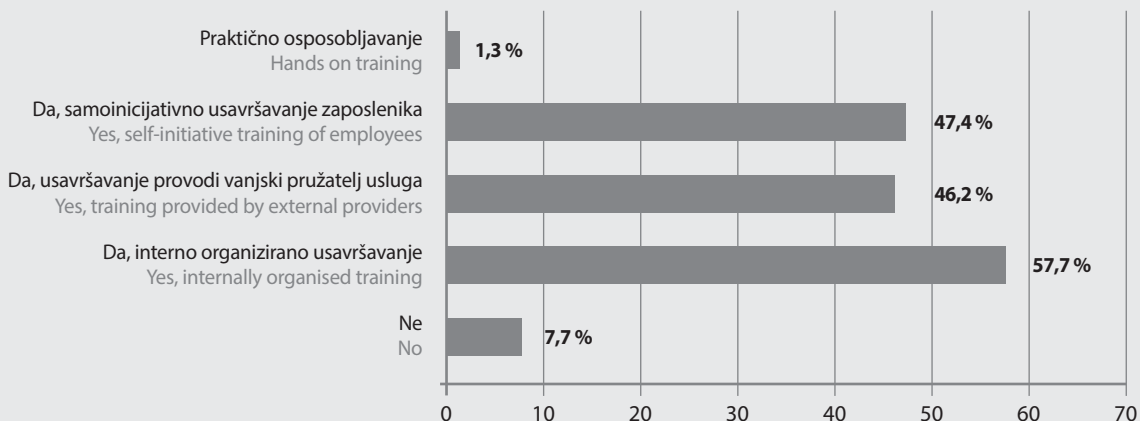
GRAFIKON 5. TRAJANJE EDUKACIJE / GRAPH 5. TRAINING PERIOD

Organizirate li edukacije za nove zaposlenike? Ako da, navedite kroz koliko mjeseci.
 Do you provide a training period for new employees? If yes, specify the time period in months.



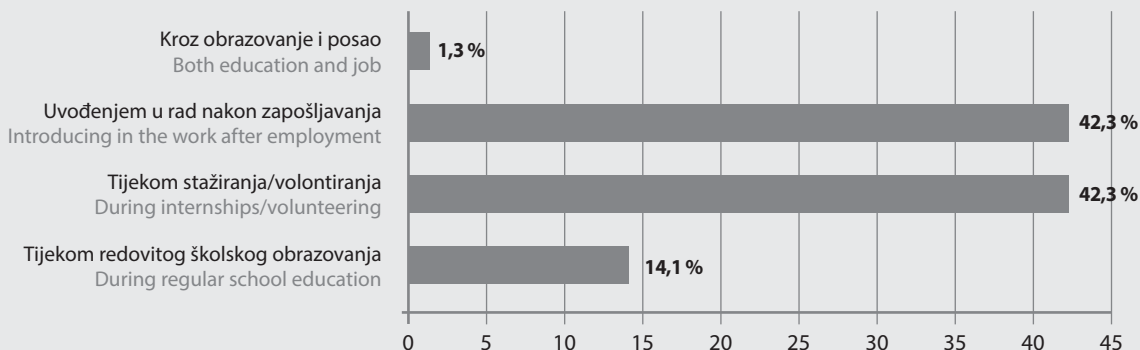
GRAFIKON 6. VAŽNOST STRUČNOG OSPOSOBLJAVANJA / GRAPH 6. TRAINING NECESSARY

Je li za konkretno radno mjesto potrebno redovito stručno usavršavanje?
For the specific job role is regular professional training necessary?



GRAFIKON 7. PRAKTIČNE VJEŠTINE / GRAPH 7. MA PRACTICAL SKILLS

Kako je najlakše postići praktične vještine potrebne za ovaj posao?
What do you think is the most appropriate way to achieve practical skills for this occupation?



Praktične vještine također su vrlo važne, kao i način na koji se postižu, stoga se sljedeće pitanje odnosi na to kako najprikladnije usvojiti praktične vještine. To može biti tijekom redovitog obrazovanja studenata, tijekom stažiranja/volontiranja ili uvođenja u rad nakon

indeed necessary. Professional training goes a long way, and shows great advantages in the occupation.

Practical skills show also an importance and the way they are achieved, so that's why the following question is based on how are practical skills most

zapošljavanja, ali također i na neki drugi način po izboru ispitanika. Na Grafikonu 7 možemo vidjeti da je najviše odgovora podijeljeno između stažiranja/volontiranja i uvođenja u posao nakon zapošljavanja, pri čemu obje opcije imaju jednak broj odgovora, 42,3 % svaka od njih. Odgovor „kroz obrazovanje i posao“ nije bio ponuđen.

KLJUČNE KOMPETENCIJE

Slijedom navedenog, u sljedećem dijelu upitnika ispitana je važnost ključnih kompetencija za cjeloživotno učenje. Pokazalo se da su kompetencije ključne za konkurentnost i produktivnost u svim zanimanjima. Postavljen je niz pitanja koja se odnose na znanje stranih jezika i informatičkih vještina, a ispitanici su se morali izjasniti o važnosti svakog od njih. Prvo pitanje temeljilo se na materinjem jeziku i razini poznavanja usmenog i pisanog jezika koju smatraju prikladnom s obzirom na zanimanje. Prikupljeno je ukupno 78 odgovora: 42 ispitanika odgovorila su da je prikladna razina C2, 18 ih je reklo da je to razina C1, 10 ih je bilo za B2, 2 za B1, 2 za A2 i 5 za A1, što pokazuje da je najviše odgovora postupno naginjalo razini C2. U nastavku je postavljeno pitanje u kojoj mjeri treba razvijati komunikaciju na engleskom jeziku na radnom mjestu, a rezultati 78 ispitanika pokazuju da ih je 27 odabralo razinu C2, 22 C1, 13 B2, 5 B1, 5 A2 i 6 A1. Osim toga, na pitanje je li prema njihovom mišljenju potreban neki drugi strani jezik, većina je napisala da nije, dok je nekolicina odgovorila da su potrebni strani jezici francuski i njemački. Što se tiče informatičkih vještina, većina je odgovorila da je važno biti u stanju ispuniti zadatke koji uključuju višestruke operacije i koristiti širi raspon ICT mogućnosti i opcija, kreirati i mijenjati proračunske tablice, što nam govori da ICT vještinama pridaju veliku važnost na radnom mjestu, jednako kao i sposobnosti učenja i motivacije. Nadalje, postavljeno je niz pitanja na koja su ispitanici trebali odgovoriti prema ljestvici od 1 do 5 (1 – nije jako važno, 5 – jako važno). Prvo pitanje temelji se na socijalnoj i građanskoj

appropriate to be achieved. It could be either during regular student education, during internships/volunteering or introducing in the work after employment, and also something else by the respondents choice. In Graph 7 we are able to see that the top answer is split in between during internships/volunteering and introduction in the work after employment by both having the same number of answers making it 42,3% for each. With one answer being “both education and job” that was not in the offering but written in something else.

KEY COMPETENCES

Following that, the importance of key competences for lifelong learning was examined in the following section of the questionnaire. It shows that it is crucial for competitiveness and productivity on all occupations. A series of questions were asked regarding languages, ICTS skills and the respondents had to declare the importance of each one. The first question was based on the mother language and what they thought was a suitable level to know it oral and written considering the occupation, with 78 answers given all together, 42 replied with C2 level, 18 for C1 level, 10 for B2, 2 for B1, 2 for A2 and 5 for A1, showing the most answers faded towards C2 level. Going on, it was asked to what extent should communication in English be developed in the workplace, with 78 respondents the results show that 27 chose C2 level, 22 C1, 13 B2, 5 B1, 5 A2 and 6 A1 level. Additionally, when asked if any other foreign language is necessary by their choice while most wrote that it is not, a few responded with French and German as being necessary foreign languages. Considering ICT skills, most replied that it is important to be able to fulfill tasks that involve multiple operations and use a wider range of ICTs capabilities and options, create and modify spreadsheets, that tells us that ICT skills give a major importance to the workplace, just as well as the ability to learn and motivation. As we go on, a series of questions were asked where the

kompetenciji, zapravo na tome u kojoj su mjeri osjetljivost i otvorenost prema različitim običajima i kulturama važni za rad na njihovom mjestu i uglavnom je odgovoreno s 5 – to smatraju vrlo važnim, kao i druga dva pitanja, koja se odnose na znanje o održivosti i kulturnu svijest i zaštitu kulture.

GENERIČKE VJEŠTINE

Generičke vještine igraju vrlo važnu ulogu u zanimanju. Ispitanicima su postavljena brojna pitanja i trebali su ocijeniti na ljestvici od 1 do 5 koliko su generičke vještine važne (1 – nisu

respondents were given a scale from 1 to 5, where 1 is not very important and 5 is very important. The first question is based on social and civic competence, actually to what extent is sensitivity and openness to different customs and cultures important to work in this place and mostly was answered with 5 – very important, as well as the other 2 questions that are based on knowledge of sustainability and cultural awareness and protection.

GENERIC SKILLS

Generic skills play a very important role in the occupation, respondents were asked a number of

TABLICA 2. GENERIČKE VJEŠTINE

TABLE 2. GENERIC SKILLS

Sposobnost pronalaska brzih rješenja	Being able to find fast solutions
Raznovrsnost	Diversity
Koordinacija između javnih i privatnih turističkih resursa	Coordination between public and private tourism resources
Slika o sebi	Personal image
Nije primjenjivo	N/A
Iskrenost	Honesty
Integritet, profesionalnost i povjerljivost	Integrity, professionalism, and confidentiality
Vodstvo - vrlo važno	Leadership very important
Iskrenost	Frankness
Potpuna uključenost i diseminacija	Total involvement and dissemination
Proaktivnost	Proactivity
Posvećenost radu i ljubav prema gradu i destinaciji	Dedication to work and love for the city and destination
Samosvijest, fokus, multitasking	Self-awareness, focus, multitasking
Kreativnost	Creativity
Komunikacijske vještine i vještine rješavanja problema	Communication skills and problem solving skills
Inicijative i kreativnost	Initiatives and creativity

jako važne, 5 – jako su važne). Pojmovi koji su analizirani i poredani na ljestvici od 1 do 5 jesu: upravljanje ljudskim resursima, timski rad, emocionalna samokontrola, fleksibilnost, empatija, briga o kupcima, kreativnost i inovativnost, odgovornost. Ispitanici su uglavnom odgovarali s „vrlo važno“, a također su dobili priliku da po svom izboru navedu još nešto, a u Tablici 2 prikazane su dodatne generičke vještine koje ispitanici smatraju nužnima.

IZAZOVI

Posljednje, ali ne i najmanje važno, svi smo svjesni izazova s kojima se svaka tvrtka morala suočiti tijekom ovih posljednjih nekoliko godina, pa su u sljedećem i završnom dijelu upitnika ispitanici izrazili s kojim su se izazovima i preprekama morali suočiti. Izazovi su prikazani u Tablici 3.

Kao što vidimo iz tablice, najveći izazovi uzrokovani su pandemijom bolesti COVID-19, a njihovo je prevladavanje bilo teško i oduzimalo im je mnogo vremena i energije. Svako radno mjesto ima svoje uspone i padove, sadašnje i buduće izazove, ali dobar tim radit će na njima.

ZAKLJUČAK

Prilikom provođenja upitnika, rezultati mogu ići u bilo kojem smjeru, nikada ne možete biti sigurni, ali se uvijek nadate pozitivnom ishodu. Ovaj upitnik govori o strastvenim poslodavcima i zaposlenicima te o važnosti kulturne baštine u turizmu. Kultura je ono što jesmo, a turizam je nešto bez čega ne možemo živjeti i uvijek ćemo prevladati svaki problem koji nam se nađe na putu. Turizam se pokazao otpornim kada je riječ o raznim izazovima i svjetskoj krizi. Uzmimo za primjer SARS 2003. i financijsku krizu 2009. godine. Turizam sve prevladava. Uz znatan broj turista, turizam je najljudskija od svih industrija, a kako i ne bi bio, kada se pokazalo da je to

questions and they had to decide from 1 to 5 the importance of it. From 1 being not very important to 5 being very important. The terms that were analysed and scaled from 1 to 5 are: human resource management, teamwork, emotional self-control, flexibility, empathy, customer care, creativity and innovation, responsibility. Respondents mostly answered with “very important”, and also were given the opportunity to state something else by their choice. Table 2 shows us additional generic skills the respondents consider necessary.

CHALLENGES

Last but not least, we are all aware of the challenges every company and enterprise had to face during these last few years, so in the next and final part of the questionnaire the respondents expressed what challenges and obstacles they had to face. The challenges are presented in Table 3.

As we can see from the table of content, the biggest challenges are the ones due to the pandemic COVID-19, overcoming that was difficult and progressed a lot of time and energy. Every workplace has its ups and downs also present and future challenges, but a good team will work through it.

CONCLUSION

When conducting a questionnaire it can always go on way or the other, you can never be sure, but always hope for a positiv outcome. This questionnaire talks about passionate employeers and employees, and the importance of cultural heritage in tourism. Cultural i who we are, and tourism is something we can not live without, and will always overcome every disruption leading its way. Tourism has shown to be resilient when it comes to a variety of disruptions and world crisis one might say. Lets take SARS 2003 and the financial crisis upon the year 2009., tourism

TABLICA 3. IZAZOVI

TABLE 3. CHALLENGES

Poboljšano mi je radno mjesto kao voditelja projekta u području održivosti u razdoblju postpandemijskog turizma	As a project manager in the area of sustainability in a post pandemic tourism era my role has been enhanced
Glavni je izazov organizirati događanja jer još uvijek postoje posljedice pandemije	The major challenge is to organize events since the pandemic effects still exist
Stvari se sada vraćaju u normalu nakon stagnacije	Things are returning to normality now after a stagnant period
Prelazak na <i>last minute</i> rezervacije i izazovi pred industrijom da se tome prilagodi	Change towards last minute bookings and challenge for the industry to adapt
Pronalaženje novih zaposlenika za rad u hotelima	Finding new employees to work in hotels
Uvjeriti ljude da ponovno počnu posjećivati muzeje i sudjelovati u muzejskim aktivnostima	To convince people to start visiting museums again and to participate in its activities
Niska razina protoka turista	The low levels of tourists flow
Izazovi povećane sigurnosti i zdravlja te manjeg broja posjetitelja, s kojima se suočavaju svi općenito	Challenges faced by all in general of increased security and health and lower number of visitors
Nedostatak interdisciplinarnog pristupa implementaciji rješenja ili rješavanju problema vezanih uz upravljanje turizmom na lokalnoj razini – kompetentna koordinacija dionika u područjima kao što su prostorno planiranje, promet, komunalna infrastruktura, zaštita kulturne baštine i sl.	The lack of an interdisciplinary approach to implementing solutions or solving problems related to tourism management on the local level – competent stakeholder coordination in areas such as spatial planning, traffic, communal infrastructure, protection of the cultural heritage, etc.
Nema segmentacije, svi interesi su podjednako zastupljeni (kulturne ture u odnosu na obilazak <i>pubova</i> , <i>party</i> ture u odnosu na aktivne ture...)	There is no segmentation, all interests are equally represented (cultural tours vs. pub crawling, party tours vs. active tours...)
Poteškoće s odlaskom na rute s više ljudi	Difficulty making routes with more people
Povratak na izvornu (predpandemijsku) razinu poslovanja	Return to original (pre-pandemic) business level
Poboljšanje suradnje s lokalnim stanovništvom; nedostatak turističkih vodiča uzrokovan njihovim prelaskom na druga radna mjesta tijekom pandemije	Improving work with locals; shortage of tour guides caused by their redeployment to other jobs during the pandemic
Popravlak gospodarske štete nastale u razdoblju pandemije	Fixing the economic damage incurred during the pandemic period
Ponovna izgradnja portfelja klijenata	Rebuilding a customer portfolio
Poteškoće u organizaciji kulturnih inicijativa na lokalnoj i regionalnoj razini	Difficulties faced in the organisation of cultural initiatives at local and regional level
Poteškoće uključivanja lokalnog stanovništva u kulturne aktivnosti; manje posjetitelja na godišnjoj razini	Difficulties in involving the local population in cultural activities; less visitors on an annual basis
Neizvjesnost koju stvara turizam ometa nas u proaktivnosti i organizaciji/planiranju paketa odmora ili događanja	The uncertainty which has created in tourism brings huge delays for us to be proactive and organize/plan ahead for package holidays or events

Izazov je usmjeren na normalizaciju dinamike muzeja nakon utjecaja pandemije, kao i na oporavak proračunske stabilnosti, uz svijest o novoj neizvjesnosti uzrokovanoj energetsom krizom	The challenge is aimed at normalizing the dynamics of museums after the impact of the pandemic, as well as recovering budget stability, being aware of the new uncertainty with the energy crisis
Još uvijek postoji nesigurnost; nametljivost sadržaja i diskursa vođenih tura	There is still insecurity; the intrusiveness in the contents and discourse of guided tours
Ponašanje gostiju	Guests behaviour
Turizam se diverzificirao, turista je manje, ali su zahtjevniji, a tvrtke nisu uvijek spremne ponuditi kvalitetnu uslugu koja se očekuje	Tourism has diversified, there are fewer tourists but they are more demanding, and companies are not always prepared to offer the quality service expected
Potpuni prestanak svih društvenih događanja	The complete stop of of all social events
Prenapućenost osjetljivih odredišta	The overcrowding of sensitive destinations
Fizička bliskost i strah od koncentracije ljudi	Physical closeness and fear of concentrations of people
Održivi razvoj	Sustainable development
Iskustva virtualne stvarnosti i <i>streaming</i> sadržaja u fazi prije putovanja i brendiranje na društvenim mrežama	Virtual reality experiences and streaming content in pre-travel phase and branding on SM
Pronalaženje prave pozicije na tržištu kako bi se doprlo do ljudi s dovoljnim ekonomskim kapacitetom za nastavak putovanja radi užitka	Finding the right positioning in the market to reach the public with sufficient economic capacity to continue traveling for pleasure
Nedostatak kvalificiranog osoblja	Lack of qualified personnel
Propisi EU-a potrebni su za poticanje održivosti, npr. u rješenjima za praćenje kvalitete zraka	EU regulations are necessary to boost sustainability, e.g., in air quality monitoring solutions
Rad na razvoju publike	Work on audience development
Pronalaženje osoblja	Finding staff
Još uvijek je prisutan postpandemijski učinak na poslovanje	Post pandemic effects are still influencing the business
Organizacija uspješne radionice s fizičkim sudjelovanjem	To organise a successful workshop with physical participation
Nedostatak radne snage, smanjena ugostiteljska ponuda povezana s manjom radnom snagom, povećanje troškova	Lack of manpower, reduced catering offer associated with a smaller workforce, increase in costs
Pomaganje drugima	Helping the others
Nedostatak radne snage	Labour shortage
Praćenje tehnološkog napretka i potreba/želja javnosti (tj. virtualnih vs. fizičkih muzeja/izložbi), koja često traži nešto novo i uzbudljivo, dok muzejsko okruženje može biti vrlo statično	Keeping up with technological advancements and the needs/wants of the public (i.e. virtual vs. physical museums/exhibitions), who are often looking for something new and exciting, whereas the museum environment can be very static

sektor koji stvara najviše radnih mjesta, pri čemu ključne uloge igraju žene, mladi, mala i srednja poduzeća te mikropoduzeća. Ovaj sektor susretao se s brojnim poteškoćama, ali u većini slučajeva pronalazi rješenje. Uvijek bi trebao postojati cilj motiviranja ljudi da putuju i nakon krize i informiranja ljudi o sigurnosnim mjerama koje će im biti ponuđene. Turizam ne samo da je jedan od najjačih sektora već uvijek iznova doživljava rast. Također je jedan od sektora koji koristi digitalizaciju poslovnih procesa na globalnoj razini, pružanjem niza turističkih usluga putem interneta. Stoga je važno početi od početka i objasniti terminologiju prema definicijama koje već postoje. Kultura nas definira, baš kao što mi definiramo stvaranje i specifičnosti svake kulture, odnosno sve vrijednosti koje nas čine prepoznatljivima kao društvo. Kulturu definiramo kao sveukupnost naših materijalnih i duhovnih, etičkih i društvenih vrijednosti, uključujući društvene i produktivne aktivnosti. Ovaj upitnik zapravo nam pokazuje kako se kulturna baština manifestira u njihovom radu i koliko je ključna za turizam.

overcomes it all. With a substantial number of tourists, tourism is the most human of all industries, and how could it not be, when it is shown to be the sector that creates most jobs, with women, young people, SMEs, and microenterprises playing key roles. A number of disruptions were brought upon this sector, but in most cases it finds a way to have solutions for the problems, there should always be an aim at motivating people to travel even after the crisis and inform them about the safety measures that will be offered to them. Tourism, is not only one of the strongest sectors but keeps experiencing growth time after time. It is also one of the sectors to digitalize business processes on a global scale, by providing a number of tourist services online. It is therefore important to start at the beginning and explain the terminology according to the definitions that already exist. Culture defines us, just as we define the creation and specific characteristics of every culture, that is, all the values that make us recognisable as a society. We define culture as the totality of our material and spiritual, ethical and social values, including social and productive activities. This questionnaire in fact shows us how cultural heritage is manifested in their work and how crucial it is alongside with tourism.