

VLOGA TIC-OV PRI INFORMIRANJU LJUDI S POSEBNIMI POTREBAMI

GORAN VUKOVIČ,¹ ANDREJ RASPOR & ³BOJAN MACUH

¹Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede, Kranj, Slovenija, e-pošta: goran.vukovic@um.si.

²Fakulteta za uporabne družbene študije, Nova Gorica, Slovenija, e-pošta: andrej.raspor@fuds.si.

³Fakulteta za komercialne in poslovne vede, Lava 7, 3000 Celje, Slovenija, e-pošta: bmacuh@gmail.com.

Povzetek Cilj raziskave je predstaviti turistične informacijske centre (TIC) in ugotoviti njihovo vlogo pri ponudbi informacij za ljudi s posebnimi potrebami. TIC-i igrajo pomembno vlogo pri upravljanju tržnih in promocijskih dejavnosti za turistične destinacije. Osebe v TIC-ih je glavni vir informacij za turiste. Večino so v preteklosti TIC-i svoje informacije obiskovalcem delili osebno. V sodobnem času je vedno večji vpliv informatizacije. Pojav spletnega in oblačnega dostopa prek mobilnih naprav je ponovno preučil tradicionalno vlogo TIC-ov. Nekateri ugotavljajo negativno razmerje med splošno uporabo interneta in povpraševanjem po obisku turističnih informacijskih centrov. Uporabniki družbenih medijev pogosto iščejo informacije tudi na klasičen način. Hiter razvoj informacijske komunikacijske tehnologije je spodbudil odločevalce na lokalni in državni ravni, da skrbno preučijo trenutno organiziranost in vlogo TIC-ov. Ugotavlja se, da so turisti, ki obiskujejo TIC-e manj občutljivi kot skupina, ki ne obiskuje na napredno informacijsko komunikacijsko tehnologijo in bolj zadovoljna z razpoložljivostjo signalov WIFI za lažjo uporabo osebnih mobilnih naprav ali prenosnih računalnikov. Tako bo potrebno ljudem s posebnimi potrebami prilagoditi storitve, saj postajajo pomembna skupina v turizmu.

Ključne besede:

Turistično informativni center, turizem, posebne potrebe, turist, ponudba, storitev.

1 Uvod

V času sodobne globalne družbe je zelo pomembno, kaj človek počne v prostem času, saj prostočasne dejavnosti prispevajo k vzgoji posameznika, mladostnika pa med odraščanjem »pripravljajo na življenje«. Prostočasne dejavnosti npr. omogočajo tako mladim kot tudi starejšim (ne glede na posebne potrebe, ki jih imajo), da »raziskujejo sami sebe, oblikujejo osebnost in gradijo lastno identiteto, kar pa pomaga tudi pri usmerjanju v poklicnem smislu. Z usklajevanjem različnih aktivnostih (npr. v klubih, pri športu, delavnicah, druženju s prijatelji) se posameznik uči organizacije svojega časa. Na ta način krepi organizacijske veščine, te pa so po mnenju Rasporja v sodobnem času »zelo cenjene« (Raspor & Macuh, 2016) str. 9). S tem namreč ohranjajo mentalno kondicijo, so bolj srečni in lažje sprejemajo proces staranja. Staranje samo po sebi prinaša spremembe v telesno-motoričnih, mentalnih sposobnostih in psihosocialnih dejavnikih. Raziskave kažejo, da se na te dejavnike lahko uspešno vpliva s telesno in mentalno vadbo (Kambič & Topič, 2016). S tem ko so starostniki v izmenjavi, pa se možnost udeležbe v prostočasnih dejavnostih poveča in lahko dobro vplivajo na njih.

V okviru Turističnih informativnih centrov (v nadaljevanju TIC) naj bi ponudniki turističnih storitev v lokalnem okolju skrbeli, da bodo vsi posamezniki (starejši in mlajši) s posebnimi potrebami, ki prihajajo na ogled njihovih turističnih znamenitosti, imeli na voljo vse potrebne informacije kakor tudi storitve, katere jim omogočajo nemoteno uživanje v predstavljenih turističnih ponudbah.

Namen tega prispevka je raziskati tematiko, ki izhaja raziskovalnega vprašanja: »Kako se TIC-i vključujejo v informiranje ljudi s posebnimi potrebami?« Gre torej za aktualno tematiko, ki je morda preveč prezrta in ni deležna pozornosti raziskovalcev. Izvedli smo namizno in terensko raziskavo. V uvodu prispevka je predstavljen predmet raziskave, raziskovalno vprašanje, uporabljene raziskovalne metode in vsebinska struktura. V drugem delu je predstavljeno teoretično ozadje dostopnega turizma, ki se prepleta z ugotovitvami. Tretji del je namenjen raziskavi v slovenskih podjetjih, zadnji pa razpravi, ki se navezuje na raziskavo ter teoretsko ozadje z zaključki in predlogi za nadaljnje raziskovanje.

2 Teoretično ozadje

Turistične informacijske pisarne (TIO) igrajo pomembno vlogo pri upravljanju tržnih in promocijskih dejavnosti za turistične destinacije (Araña, León, Carballo, & Moreno Gil, 2016). Slovenija je že leta 1993 opredelila prvo strategijo razvoja slovenskega turizma (Sirše, Stroj-Vrtačnik, & Pobega, 1993), katere nadgradnja je bila posebna Resolucija o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za izvajanje („Resolucija o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje“, 1995) v letu 1995. Večkrat jo je dopolnila (Kovač, 2001) (Ministrstvo za gospodarstvo, 2012), (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2017).

WTTC (2016) po svoji metodologiji ocenjuje, da se je v slovensko turistično gospodarstvo v letu 2016 vlagalo 692,2 milijona EUR (9 % vseh naložb) (Council, 2015). V letu 2017 dobimo Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2017), ki bo temeljni dokument za obdobje do leta 2021. Iz vsega lahko zaključimo, da je v Sloveniji za razvoj turizma na deklarativni ravni dobro poskrbljeno.

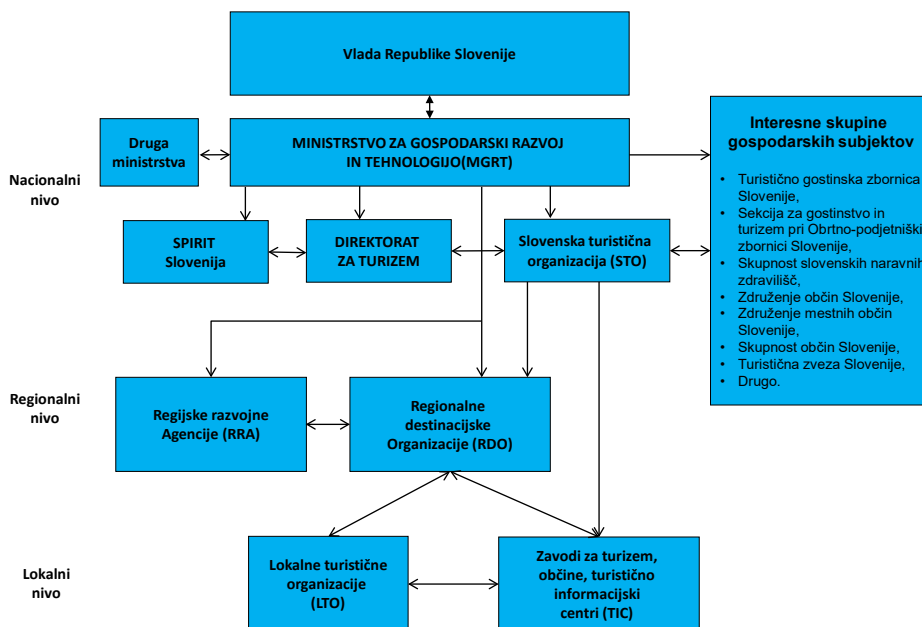
Strategija za obdobje 2017–2021 temelji na dosedanjih spoznanjih in razvojnih posebnostih slovenskega turizma; na razvijanju konkurenčnih prednosti in spodbujanju sistemskih rešitev na tem področju; učinkovitemu povezovanju nacionalnih, lokalno-regionalnih in podjetniških interesov na področju razvoja turizma; spodbujanju globalnih, nacionalnih in lokalnih turističnih produktov, kjer ima Slovenija prepoznavne konkurenčne prednosti, ter na razumevanju in uveljavljanju sodobnih metod in tehnik upravljanja s področja strateškega načrtovanja ter usmerjanja podjetniških konkurenčnih mrež.

Za Slovenijo sta, glede na geografsko lego, gostinstvo in turizem, pomembni dejavnosti (Raspor, 2008). Turizem je tudi za Slovenijo pomembna panoga (SURS, 2017). V letu 2016 smo beležili 10,78 mio nočitev, 8 % več (domačih 3 % več, tujih 10 % več) kot leta 2015 in 2,9 mio prihodov tujih turistov (kar znaša 7,8 % več kot 2015) in 7,02 nočitev (6,1 % več kot 2015) (SURS, 2017). Delež neposrednega učinka turizma v BDP v slovenskem turizmu po ocenah WTTC iz leta 2016 je 3,6 % (do leta 2025 bi naj po ocenah WTTC prispeval 3,8 %). V letu 2016 je bila rast 2 %, v

letu 2026 naj bi bil neposredni prispevek že 3,9 % (World Travel & Tourism Council, 2016). Slovenija je bila leta 2015 umešča na 39. mesto med 141 državami po Travel and Tourism Competitiveness Index-u (World Economic Forum, 2016).

2.1 Urejenost slovenskega turizma

Slovenski turizem (Slika 1: Urejenost slovenskega turizma) ima dokaj komplicirano organizacijo. Osnovna delitev je nacionalni, regionalni in lokalni nivo, ki je v domeni prej navedenih uprav. Na različnih nivojih se priklopljajo še interesne skupine, od gospodarskih pa do nevladnih. Entropija različnih organizacij tudi pospešuje tvorbo različnih strategij. Tako ni celovitega enotnega pregleda na tem, predvsem pa se izgublja denar in fokus. Prisotna je kanibalizacija, saj se posamezni akterji namesto, da bi sodelovali, bolj usmerjajo v tekmovanje in krajo gostov. Turistično informacijski centri se pojavljajo na lokalnem nivoju in so največkrat v domeni občin.







Slika 1: Urejenost slovenskega turizma.

Vir: (Raspor idr., 2018)

Strategija opredeljuje šest ključnih razvojnih politik (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2017):

- nova organiziranost: makro destinacije in turistični produkti,
- institucionalni in pravni okvir,
- namestitve, turistična infrastruktura in naložbe,
- kadri v turizmu,
- prostor, naravni in kulturni viri ter
- mala in srednje velika podjetja (MSP).

Strategija na novo definira makro destinacije (Slika 2: Razmejitev med makro destinacijami in produkti), ki niso več pogojene z mejami statističnih regij ter nosilne in podporne produkte. Slabost te strategije je, da je pisana za kratko časovno obdobje. Menimo, da je dozorel čas, da bi morali imeti vsaj 25 letne strategije za panoge, ki so ključne za Slovenijo. Turizem je namreč vsekakor panoga, ki si to zasluži.

		NOSILNI PRODUKTI			SEKUNDARNI/PODPORNI PRODUKTI			
ALPSKA SLOVENIJA		Počitnice v gorah	Športni turizem	Poslovna srečanja & Dogodki	Gastronomija		Kultura	Igralništvo
		Outdoor			Krožna potovanja		Doživetja narave	Turizem na podeželju
MEDITERANSKA SLOVENIJA		Poslovna srečanja & Dogodki	Sonce & Morje	Gastronomija	Kultura	Krožna potovanja	Križarjenje & Navtika	Posebni interesi
			Zdravje & Dobro počutje		Doživetja narave			Outdoor
PANONSKA SLOVENIJA		Zdravje & Dobro počutje	Gastronomija		Outdoor	Kultura	Posebni interesi	Doživetja narave
			Turizem na podeželju					
OSREDNJA SLOVENIJA & LUBLJANA		Poslovna srečanja & Dogodki	Kultura	Krožna potovanja	Outdoor	Posebni interesi	Nakupovanje	Igralništvo
				Gastronomija				

Slika 21: Razmejitev med makro destinacijami in produkti.

Vir: (Ministrstvo za gospodarstvo, 2017)

Odkar imamo nacionalno strategijo, se pojavljajo tudi strategije na področnih / produktnih ravneh. V nobeni izmed strategij ne najdemo segmenta ljudi s posebnimi potrebami. Skupaj je tako zbranih 25 različnih strategij. Pokrivajo vse nosilne in podporne produkte iz nacionalne strategije. Ugotovitev je, da bo potrebno večino teh strategij enotno revidirati (Raspor, 2019). V kolikor pogledamo še občinske strategije, ugotovimo, da tudi te ne pokrivajo tega segmenta. Problem slovenskih

občin namreč je, da so majhne in so zato stroški priprave veliki ter se ne povrnejo. Nekateri občine imajo področje turizma urejeno v okviru skupne strategije. Spet druge so jo pripravile skupaj z drugimi občinami.

2.2 Turistični informacijski centri

Osebe v turističnih informacijskih centrih (TIC) je glavni vir informacij za turiste. Medtem ko je bilo objavljenih več raziskav, ki opisujejo vlogo TIC-ov, je bilo malo raziskav, ki so preučile postopek izmenjave, raven vodenja informacij o vhodu in vlogo osebja TIC kot posrednikov znanja. (Wong & Mc Kercher, 2011). Še bolj pereč je ta vidik pri ljudeh s posebnimi potrebami. Hobbin (1999) povzema tri glavne zaključke, ki izhajajo iz pregleda literature o TIC-ih: 1) glavni razlog da se turist ustavi v TIC-u je da se odpočije od in išče informacije o atrakcijah in nastanitvenih objektih; 2) podatki, pridobljeni na TIC-u, vplivajo na vedenje obiskovalcev tako na sedanjih kot prihodnjih potovanjih in 3) TIC-i imajo pomemben gospodarski vpliv saj pospešujejo potrošnjo (Araña idr., 2016).

Večino so TIC-i svoje informacije obiskovalcem v preteklosti delili osebno. Tu je opazen vpliv informatizacije. Pojav spletnega in oblačnega dostopa prek mobilnih naprav je ponovno preučil tradicionalno vlogo turističnih informacijskih središč. Nekateri ugotavljajo negativno razmerje med splošno uporabo interneta in povpraševanjem po obisku turističnih informacijskih centrov. Uporabniki družbenih medijev pogosto iščejo informacije tudi na klasičen način. To ne pomeni, da bi se morali običajni motorji promocije turizma bolj vključiti v socialne medije (Lyu & Hwang, 2015). Drugi pomemben vidik pri oblikovanju TIC-ov je vloga človeškega dejavnika pri spremljanju poizvedb obiskovalcev in opravljenih storitev. Zaradi možnosti, ki jih ponuja tehnologija, je možno avtomatizirati procese, zaradi česar so turisti manj odvisni od osebne interakcije (Araña idr., 2016).

Hiter razvoj informacijske komunikacijske tehnologije je spodbudil odločevalce na lokalni in državni ravni, da skrbno preučijo trenutno organiziranost in vlogo TIC-ov. Ugotavlja se, da so turisti, ki obiskujejo TIC-e manj občutljivi kot skupina, ki ne obiskuje na napredno informacijsko komunikacijsko tehnologijo in bolj zadovoljna z razpoložljivostjo signalov WIFI za lažjo uporabo osebnih mobilnih naprav ali prenosnih računalnikov (Lyu & Hwang, 2015). Napredni turistični informacijski sistemi zagotavljajo ciljno usmerjene in najnovejše podatke, ki so pomensko bogati

za mobilne uporabnike na podlagi uporabnikovih želja in zgodovine potovanj (Hinze & Buchanan, 2005).

2.3 Dostopni turizem

Dostopnost, trajnost in pravična udeležba vseh predstavljajo tisto, kar je znano kot »Turizem za vse«. Poleg tega ta načela spodbujajo kakovost v turističnih destinacijah in povečujejo njihovo konkurenčnost. Pojem dostopni turizem se nanaša na prilagajanje okolja, turističnih izdelkov in storitev za vse uporabnike; uporabnikom omogoča dostop, uporabo in uživanje v okviru principa univerzalnega oblikovanja (UNWTO, 2016).

Ena izmed najbolj uporabljenih definicij dostopnega turizma v zadnjih letih pravi: »Dostopni turizem omogoča ljudem, ki potrebujejo omejeno dostopnost (vključno z mobilno, vidno, slišno ali miselno dostopnostjo), da delujejo neodvisno, enakopravno in dostojanstveno ob sprejemu ponudbe univerzalno oblikovanih turističnih produktov, storitev in okolij. Pri tej definiciji gre za celosten pristop k turizmu. Prednosti dostopnega turizma so vidne vsem osebam v času njihovega življenja, saj vključujejo vse ljudi – tako invalidne osebe, starostnike, ali posameznike s posebnim zdravstvenim stanjem kot tudi tiste, ki potujejo z otroki v otroških vozičkih.«

Dostopni turizem omogoča sodelovanje in uživanje v turističnih izkušnjah vsem ljudem. Mnogo ljudi ima potrebe po dostopu ne glede na to, če so povezane s fizičnim stanjem. Starejši in manj mobilni ljudje npr. potrebujejo prilagojen dostop, kar lahko postane velika ovira pri potovanju ali ogledih. Dostopni turizem je tako stalno prizadevanje za zagotovitev, da so turistične destinacije, izdelki in storitve dostopni vsem ljudem ne glede na njihove fizične omejitve, invalidnost ali starost. To vključuje javne in zasebne turistične lokacije, objekte in storitve (UN Department of Economic and Social Affairs Division For Inclusive Social Development, 2018).

Ugotavljamo, da je potencialen trg za gibalno ovirane osebe velik, vendar kljub temu za turizem invalidov še vedno obstaja veliko preprek in ovir, s katerimi se tej posamezniki srečujejo. Nekatere izmed teh ovir so ovire pri načrtovanju in rezervacijah, saj mnoge spletne strani in turistične agencije ne ponujajo vseh podatkov o dostopnosti, relevantne za gibalno ovirane osebe, ovire pri transportu,

kjer se invalidi srečujejo z nedostopnim javnim prevozom, ovire povezane z nedostopnimi prostori in drugimi atrakcijami, ki so element turističnih produktov, ipd.

3 Raziskava

3.1 Metodologija

Raziskavo smo izvajali v turistično informacijskih centrih (v nadaljevanju TIC) po Sloveniji. Anketiranje so izvajali študenti FUDŠ v Novi Gorici v obdobju med marcem in aprilom 2018 neposredno z zaposlenimi vodstvenimi delavci v TIC-ih.

Podatke za potrebe naše raziskave smo zbirali s pomočjo anketnega vprašalnika. Ta je vseboval deset vprašanj. Zanimalo nas je, kdaj in kako je bil TIC ustanovljen ter kako deluje. V nadaljevanju nas je zanimalo, kako se centri financirajo, katere aktivnosti izvajajo, sodelovanje z okoljem, ali imajo na voljo ponudbe za starostnike 65 + in posameznike s posebnimi potrebami (gibalno ovirani, slepi in slabovidni, naglušni). V raziskavo smo vključili vse TIC-e v Sloveniji, le-teh je 122. Anketiranje smo izvedli v skupno 77 TIC-ih.

3.2 Obravnavana populacija

V nadaljevanju si pogledjmo obravnavane TIC-e po regijah (Tabela 1: TIC-i po regijah v Sloveniji).

Tabela 1: TIC-i po regijah v Sloveniji

	Populacija	Vzorec	Procent	Veljavni procent
1. Pomurska regija	10	5	50,00 %	6,5
2. Podravska regija	10	5	50,00 %	6,5
3. Koroška regija	6	4	66,70 %	5,2
4. Savinjska regija	21	13	61,90 %	16,9
5. Zasavska regija	3	3	100,00 %	3,9
6. Posavska regija	5	4	80,00 %	5,2
7. Jugovzhodna Slovenija	14	8	57,10 %	10,4
8. Osrednjeslovenska regija	10	7	70,00 %	9,1
9. Gorenjska regija	17	8	47,10 %	10,4
10. Primorsko-notranjska regija	5	3	60,00 %	3,9
11. Goriška regija	12	11	91,70 %	14,3
12. Obalno-kraška regija	9	6	66,70 %	7,8
SKUPAJ	122	77	63,10 %	100

Vir: svoj.

Anketiranje so izvajali študenti po telefonu ali po e-pošti. V določenih regijah je bil odziv slabši, a s 63,1% odzivnostjo vzorca smo bili vseeno zadovoljni. V nadaljevanju bomo analizirali anketni vprašalnik in hkrati podali rezultate ugotovitev le-tega.

3.3 Rezultati

TIC-i se neposredno v okviru okolja (občine), kjer se nahajajo, povezujejo z različnimi akterji, ki tamkaj delujejo. V 44 % spremljajo ponudbe, v 42 % skrbijo za promocijo, s 35 % se vključujejo v širšo turistično ponudbo, v 26 % pomagajo pri nadgrajevanju in izboljševanju ponudbe TIC-ev v matičnem okolju, v 17 % pomagajo pri informiranju in izobraževanju turističnih ponudnikov, v 13 % se povezujejo z lokalnimi društvi in v 8 % z medobčinskimi društvi. Ugotavljamo, da TIC-i namenjajo veliko pozornosti povezovanju z okoljem, kar je povsem razumljivo, saj je to tudi njihova osnovna in prvotna dejavnost. TIC-i se ukvarjajo tudi s ponudbami za starostnike v tretjem življenjskem obdobju (65 +), kar so potrdili v 57 %, 43 % pa teh storitev ne izvaja.

Posebna turistična ponudba TIC-ev je namenjena starostnikom v 14 primerih, v 9 primerih pa osebam s posebnimi potrebami. V 16 primerih prilagajajo že obstoječe

ponudbe, v 11 pa organizirajo posebne ponudbe. V 9 primerih pri tem sodelujejo z drugimi društvi in organizacijami, v dveh primerih pa oblikujejo ponudbe znotraj projektov EU.

Nadalje smo ugotovili da se 68 % invalidnih oseb, 29 % gluhih in naglušnih, 18 % slepih in slabovidnih in 9 % drugih starostnikov, ki so starejši od 65 let. Ugotavljamo, da se veliko starostnikov in ljudi s posebnimi potrebami odloča pridobiti potrebne informacije za obiske znamenitosti, ki jih ponujajo občine v okviru TIC-ev, ravno preko le-teh.

Zanimalo nas je, katere vrste turistično ponudbo koristijo starostniki s posebnimi potrebami 65 + v okviru TIC-ev (Tabela 2). Najbolj jih zanimajo ogledi kulturnih znamenitosti (94 %), dogodkov in prireditvev (86 %), naravnih znamenitosti (82 %), vodenih ogledov za organizirane skupine (79 %), sledijo pa turizem na kmetijah (68 %), ogledi naravnih znamenitosti (64 %), kulinarika (60 %), velnes in zdraviliški turizem (48 %), v 13 % igre na srečo, kar je glede na starost in fizično sposobnost starostnikov v tretjem in četrtem življenjskem obdobju tudi povsem razumljivo. Kulturne znamenitosti so od nekdaj ponudba, ki si jo želijo ogledati vsi, ne samo starostniki v tretjem in četrtem življenjskem obdobju.

Tabela 2: Koriščenje ponudbe ljudi s posebnimi potrebami na destinaciji

Vrsta aktivnosti	Pogostost	%
1. Ogledi kulturnih znamenitosti (spomeniki, muzeji, galerije, arhitektura ...)	72	94 %
2. Ogledi naravnih znamenitosti (parki, jezera ...)	63	82 %
3. Kulinarika	62	81 %
4. Šport in rekreacija	52	68 %
5. Dogodki in prireditve	66	86 %
6. Velnes in zdraviliški turizem	37	48 %
7. Vodeni ogledi za organizirane skupine	61	79 %
8. Turizem na kmetijah	49	64 %
9. Ogledi mestnega jedra	46	60 %
10. Igre na srečo	10	13 %
11. Drugo:		

Vir: svoj.

V tabeli 3 prikazujemo, kakšen pomen imajo starostniki 65 + za turistični razvoj določene destinacije v okolju, kjer deluje TIC. Ponujenih je bilo pet predlogov, ki so jih odgovorni na TIC-ih lahko ocenili z ocenami od 0,00 do 4.5. S 4 so ocenili, da starostniki 65 + predstavljajo zelo pomemben segment turistov in obiskovalcev njihove destinacije. 3,84 je ocena povpraševanja po turistični ponudbi izven glavne sezone, zato jim ta skupina predstavlja pomemben segment pri desezonalizaciji turističnega povpraševanja. Z oceno 3,47 ugotavljajo, da starostniki 65 + še ne obiskujejo njihove destinacije v večjem številu, čeprav želijo, da bi jih bilo v prihodnje mnogo več in bodo zato tem obiskovalcem prilagodili njihovo ponudbo. Ocena 2,93 pove, da so na območju, ki ga pokrivajo TIC-i, starostniki 65 + prepoznali pomanjkljivosti turistične ponudbe, ki jo bo treba v prihodnje izboljšati. 2,89 pa je ocena, ki nakazuje, da centrom primanjkuje znanja in kadrov, ki bi znali bolj uspešno prilagajati turistično ponudbo starostnikom 65 + in ljudem s posebnimi potrebami.

Tabela 3: Kaj za vaš turizem pomenijo ljudje s posebnimi potrebami?

	Skupaj	Ocena	Odstopanje
1. Starostniki (65 +) in ljudje s posebnimi potrebami predstavljajo zelo pomemben segment turistov in obiskovalcev naše destinacije.	76	4,00	1,007
2. Starostniki (65 +) in ljudje s posebnimi potrebami povprašujejo po turistični ponudbi izven glavne sezone, zato nam predstavljajo pomemben segment pri desezonalizaciji turističnega povpraševanja.	76	3,84	1,020
3. Starostniki (65 +) in ljudje s posebnimi potrebami naše destinacije še ne obiskujejo v večjem številu, vendar si želimo, da bi jih bilo v prihodnje dosti več, zato bomo prilagajali našo ponudbo le-tem.	76	3,47	,973
4. Starostniki (65 +) in ljudje s posebnimi potrebami so na območju naše destinacije prepoznali pomanjkljivost turistične ponudbe, ki jo bo potrebno v prihodnje izboljšati.	75	2,93	1,095
5. V naši instituciji primanjkuje kadrov / znanja, ki bi znali uspešneje prilagajati turistično ponudbo starostnikom (65 +) in ljudem s posebnimi potrebami.	75	2,89	1,158

Vir: svoj.

4 Ugotovitve

Z napredkom interneta in mobilnih tehnologij so informacije o turističnih nastanitvah, prevozu, nakupovanju, hrani, festivalih in zanimivosti postale lažje dostopne. Zato je načrtovanje počitnic in paketnih potovanj veliko lažje. Turizem je po vsem svetu postal zelo konkurenčen posel (Park, Yoon, & Kwon, 2012).

Iz skupnih ugotovitev, povzetih iz odgovorov na zastavljena vprašanja odgovornim v TIC-ih po Sloveniji, lahko zaključimo, da čeprav imamo TIC-e v naši državi že od sredine prejšnjega stoletja, še vedno ne znamo in ne zmoremo izkoristiti vseh potencialov, ki jih imamo na voljo. Kljub temu da so ustanoviteljice občine in s tem posredno država, še vedno primanjkuje osebne zavzetosti in interesa posameznih okolij, da bi ponudili vsem obiskovalcem, s tem pa tudi starostnikom 65 + in ljudem s posebnimi potrebami tisto, kar jim enostavno že daje narava oz. jim je zapustila kulturna dediščina. Apeliramo na odgovorne osebe na večjo odgovornost in odnos do kulturnih in naravnih dobrin, ki prepogosto, tudi v okoljih, kjer TIC-i delujejo, propadajo (gradovi, zgodovinske stavbe in ostale kulturne znamenitosti). Menimo, da je naša raziskava dobrodošla spodbuda vsem, ki se ukvarjajo s turističnimi ponudbami, da naredijo korak naprej na tem področju, hkrati pa ne pozabijo, da so uporabniki njihovih storitev prav vsi obiskovalci, tudi starostniki v tretjem in četrtem življenjskem obdobju kakor tudi posamezniki s posebnimi potrebami. Tudi slednjim morajo biti omogočeni ogledi lepot naše domovine, ne glede na izgovore in pomanjkljivosti, ki jih v TIC-ih prepoznavajo (neznanje, nestrokovnost, pomanjkanje kadrov idr.).

Dostopnost, trajnost in pravična udeležba vseh predstavljajo tisto, kar je znano kot "Turizem za vse". Poleg tega ta načela spodbujajo kakovost v turističnih destinacijah in povečujejo njihovo konkurenčnost. Pojem "dostopni turizem" se nanaša na prilagajanje okolij ter turističnih proizvodov in storitev, da bi vsem uporabnikom omogočili dostop, uporabo in uživanje v skladu z načeli univerzalnega oblikovanja. Invalidi predstavljajo 15 % svetovnega prebivalstva (UNWTO, 2016).

Med prevladujočimi pomanjkljivostmi dostopnega turizma danes, ki se delno izkazujejo tudi v naši raziskavi, so: pomanjkanje podrobnosti o stopnji dostopnosti destinacije, neuspeh pri zagotavljanju storitev usmerjenih k strankam in pomanjkljivosti pri distribuciji informacij. Te pomanjkljivosti se pojavljajo, ker se

večina organizacij, kot so dobrodelne ustanove, zasebne in nevladne organizacije, v glavnem zanaša na zunanje financiranje in ima s tem omejene možnosti za rast. Konkurenca pri pridobivanju financiranja pa za mnoge organizacije dejansko prepoveduje medsebojno sodelovanje in tako spodbuja razdrobljenost (Eichhorn, Miller, Michopoulou, & Buhalis, 2008).

5 Zaključek

Za zagotovitev, da se dostopni turizem razvija na trajnostni način, morajo turistične destinacije presegati ad-hoc storitve in sprejeti načelo univerzalnega oblikovanja, s čimer zagotovijo, da lahko vse osebe, ne glede na njihove fizične ali kognitivne potrebe, uporabljajo in uživajo razpoložljivo ponudbo na pravičen in trajnosten način. Ta pristop zavrača prednostno ali ločeno obravnavo gibalno oviranih oseb, in vključuje učinek pravičnosti, tako da lahko vsi nepristransko uporabljajo objekte in storitve (UN Department of Economic and Social Affairs Division For Inclusive Social Development, 2018).

Zato je potrebno dopolniti 1) model nalog perspektive popotnikov glede na njihove potrebe in dejavnosti, 2) ontologijo naloge z uporabo splošnih nalog, njihovih dejavnosti, razmerij in lastnosti ter 3) inteligentni turistični informacijski sistem z uporabo naloge, opredeljene v ontologiji o različnih nalogah in dejavnostih popotnikov (Park idr., 2012).

Izvajalce in ponudnike turističnih storitev je treba premakniti od le izpolnjevanja svojih zakonsko določenih obveznosti o človekovih pravicah, do vzornega zagotavljanja dostopnih storitev. Kot pri osredotočanju na kateri koli tržni segment morajo ponudniki storitev ponotranjiti bolj celovit pristop k zagotavljanju turizma za gibalno ovirane (Daruwalla & Darcy, 2005).

Če pogledamo samo z vidika starejše populacije, ki je v skupini oseb s posebnimi potrebami največja, bi se morali najprej bolj osredotočiti na empirično raziskavo o povezavi aktivnega in digitalnega staranja, osredotočeno na državljane. Drugič, večina obstoječe literature o aktivnem staranju so raziskave še ne starih (50+) ali mladih starih (60+), medtem ko je povprečna pričakovana življenjska doba v mnogih državah preseгла 80, se morajo prihodnje raziskave geronteologije osredotočiti na stare (75+) in stare stare (85+) kot raziskovalne teme. Tretjič, večina študij

tehnologije za starejše se osredotoča na fizične ali tehnične ovire. Treba je posebej raziskati psihosocialne, ekonomske in okoljske ovire, zato je treba sprejeti odločne ukrepe za odstranjevanje teh ovir. Prihodnje raziskave bi morale vključevati tudi bolj raznolike skupine starejših odraslih zlasti tiste, ki so najbolj prikrajšane, da bi dosegli večjo enakost (Peishan & Shan-Ju, 2019). Prav tako pa bi morale vključevati ostale ljudi s posebnimi potrebami in njihova potrebe in pričakovanja pri informiranju.

Literatura

- Araña, J. E., León, C. J., Carballo, M. M., & Moreno Gil, S. (2016). Designing tourist information offices: The role of the human factor. *Journal of Travel Research*, 55(6), 764–773.
- Council, W. T. & T. (2015). *Travel & Tourism Economic Impact Slovenia 2015*. Pridobljeno od https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic_impact_research/countries_2015/slovenia2015.pdf
- Daruwalla, P., & Darcy, S. (2005). Personal and societal attitudes to disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549–570. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.008>
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2008). Enabling access to tourism through information schemes? *Annals of Tourism Research*, 35(1), 189–210. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.07.005>
- Hinze, A., & Buchanan, G. (2005). Context-awareness in mobile tourist information systems: Challenges for user interaction. V *International Workshop on Context in Mobile HCI at the Seventh International Conference on Human Computer Interaction with Mobile Devices and Services*.
- Kambič, T., & Topič, M. D. (2016). Telesna in kognitivna aktivnost starostnikov v dnevni centrih aktivnosti v Ljubljani. *Sport: Revija Za Teoreticna in Prakticna Vprasanja Sporta*, 64.
- Kovač, B. (2001). *Strategija slovenskega turizma: vlada RS 2002-2006*. Ministrstvo za gospodarstvo.
- Lyu, S. O., & Hwang, J. (2015). Are the days of tourist information centers gone? Effects of the ubiquitous information environment. *Tourism Management*, 48, 54–63.
- Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*. Pridobljeno 21. oktober 2017., od http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/strategija_trajnostne_rasti_slovenskega_turizma/
- Ministrstvo za gospodarstvo. (2012). *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016*.
- Ministrstvo za gospodarstvo. (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021: Izvleček za razpravo na usklajevalnih delavnicah*.
- Park, H., Yoon, A., & Kwon, H.-C. (2012). Task model and task ontology for intelligent tourist information service. *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, 5(2), 43–58.
- Peishan, Y., & Shan-Ju, L. (2019). Digital aging as an essential component of active aging: A literature review. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*, 7(4), 113–132.

- Raspor, A. (2008). Pomanjkanje kadrov v slovenskem gostinstvu in turizmu. Znanje za trajnostni razvoj, 2291–2297.
- Raspor, A. (2019). Trajnostni turizem v zahodno balkanski regiji. Dolga Poljana: Perfectus, Svetovanje in izobraževanje, dr. Andrej Raspor s.p.
- Raspor, A., & Macuh, B. (2016). Dan je dolg 24 ur : kako se prebiti skozi vsakodnevno delo in prosti čas? Murska Sobota: BoMa.
- Raspor, A., Šumer, A., Macuh, B., Guštin, G., Ivanovska, J., Gregorčič, A., ... Raspor, S. (2018). Postavitev izhodišč za razvoj turizma za starejše in gibalno ovirane osebe. Dolga Poljana: Perfectus, Svetovanje in izobraževanje. Pridobljeno od http://www.andrejraspor.com/perfectus_zalozba
- Resolucija o strateških ciljih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje. (1995). Pridobljeno 21. oktober 2017., od <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=RESO15>
- Sirše, J., Stroj-Vrtačnik, I., & Pobega, N. (1993). Strategija razvoja slovenskega turizma. IER-Inštitut za ekonomska raziskovanja.
- SURS. (2017). Statistični urad Republike Slovenije. Pridobljeno od <http://www.stat.si>
- UN Department of Economic and Social Affairs Division For Inclusive Social Development. (2018). Promoting accessible tourism for all.
- UNWTO. (2016). Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach. <https://doi.org/10.18111/9789284417919>
- Wong, C. U. I., & McKercher, B. (2011). Tourist information center staff as knowledge brokers: The case of Macau. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 481–498.
- World Economic Forum. (2016). Travel and Tourism Competitiveness Report 2015. Pridobljeno od <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/>
- World Travel & Tourism Council. (2016). Economic Impact Analysis. World Travel & Tourism Council (WTTC). Pridobljeno od <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

