

# OBLIKOVANJE NOVEGA POSLOVNEGA MODELA ZA AKTIVACIJO MLADIH IN OPOLNOMOČENJE PERIFERNEGA TURIZMA: PRIMER PLATFORME LOCALS FROM ZERO

TADEJ ROGELJA, DEJAN KRIZAJ, MIHA BRATEC,  
RUDI MEDVED IN JAKA GODEJŠA

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije, Portorož, Slovenija.  
E-pošta: tadej.rogelja@fts.upr.si, dejan.krizaj@fts.upr.si, miha.bratic@fts.upr.si,  
rudi.medved@fts.upr.si, jaka.godejsa@fts.upr.si

**Povzetek** V tem strokovnem prispevku bodo predstavljeni uvidi novonastalega poslovnega modela LocalsFromZero, ki naslavlja problematiko t.i. perifernega turizma. Rešitev se nanaša na razvoj inovativne spletne platforme, ki preko svojega distribucijskega kanala in s pomočjo t.i. skavtov (pomočnikov) izpostavlja manjše, manj znane in po-gosto spregledane lokalne turistične ponudnike in njihova doživetja. Z drugimi besedami platforma spodbuja tiste lokalne ponudnike, ki ne ponujajo standardizirane turistične ponudbe za množični trg ter jim primanjkuje časa ali znanja, da bi se na njem ustrezno in “nišno” pozicionirali. Gre za lokalne turistične ponudnike, ki jih av-torji konceptualno in geografsko uvrščamo v kategorijo t.i. perifernega turizma. Tekom razvoja in testiranja po-slovnega modela smo avtorji temeljito preučili literaturo ter med pretežno mladimi (študenti) in lokalnimi turističnimi ponudniki izvedli več raziskav, s katerimi smo na eni strani preverjali znanja, veščine in pripravljenost mladih za sodelovanje ter na drugi izzive, s katerimi se lokalni turistični ponudniki srečujejo.

#### **Ključne besede:**

periferni  
turizem,  
digitalizacija,  
LocalsFromZero,  
skavti,  
COVID-19

## 1 Uvod

Zasnovno poslovnega modela *LocalsFromZero*, ki se nanaša na razvoj inovativne spletne platforme, ki preko svojega distribucijskega kanala in s pomočjo t.i. skavtov (pomočnikov) izpostavlja manjše, manj znane in pogosto spregledane lokalne turistične ponudnike in njihova doživetja, so spodbudile osebne izkušnje avtorjev in idejnih vodij projekta, ki so bodisi del manjših podeželskih družinskih podjetij ali pa iz takšnih (perifernih) okolij prihajajo ter se aktivno ali profesionalno ukvarjajo s turizmom. V oporo tovrstnim uvidom in predpostavkam smo se lotili temeljitega pregleda literature in obstoječih raziskav, ki naslavljajo izzive turizma v perifernih območjih, s poudarkom na podjetništvu, digitalizaciji in mladih (Blokker & Dallago, 2012; Guzman et al, 2020; Kourilsky et al, 2007; Malecki, 2003; Ndivo & Cantoni 2016 and Salemin et al., 2017). Avtorji smo predpostavke in koncept nastajajočega modela v naslednjih fazah z omenjenimi deležniki preverjali in proučevali preko večih raziskovalnih metodoloških pristopov (v obliki fokusnih skupin, vprašalnikov in intervjujev). Na podlagi spoznanj in uvidov vseh zgornjih aktivnosti so v zadnjem letu nastale tri prototipne verzije platforme, pri čemer je bila vsaka nadaljna nadgradnja prejšnje. V maju 2021 smo zadnjo verzijo platforme s 43 doživetji in 25 skavti uradno lansirali na trg ([www.localsfromzero.org](http://www.localsfromzero.org)).

## 2 Izzivi in potenciali perifernega turizma

Tehnologija in digitalizacija sta ena izmed glavnih sil pri ustvarjanju prožnosti in priložnosti v turizmu, njun napredek oz. razvoj pa je bil v zadnjih letih enormen. Takšen trend je dodatno spodbudila pandemija COVID-19 (Hall et al., 2020; Guzman et al, 2020). Številne študije so pokazale, da predvsem manjši turistični ponudniki takšnemu tempu enostavno ne uspejo slediti več, predvsem takrat, ko je govora o ozaveščanju, implementaciji ter sami uporabi, kar za seboj pripelje neučinkovito, neracionalno in nekonkurenčno poslovanje (Fillis et al., 2003; Malecki, 2003; Peña & Jamilena, 2010). Razloge za takšno stanje ali celo nazadovanje lahko pripišemo tudi drugim vidikom, s katerimi se še sooča periferija: pomanjkanje podjetniške usmerjenosti (podjetja so manjša in neusmerjena v rast), pomanjkanje finančnih virov (npr. za naročniške pakete, plačevanje interneta, ipd.), pomanjkanje časa, znanja, veščin ter odprtosti do novih idej, nižja izobrazbena raven, nižji prihodki, slaba internetna infrastruktura, izseljevanje mladih, oddaljenost, ipd. (Malecki, 2003; Galloway & Mochrie, 2005; Galloway & Mochrie 2006; Peña &

Jamilena, 2010; Salemin et al., 2017). Navedeni razlogi po mnenju Deakins in Freel (2003, v Galloway in Mochrie, 2006) pojasnjujejo dejstvo, da gre pri ponudnikih v perifernih območjih bolj za »življenski slog« kot pa podjetništvo, kar pa na drugi strani odlično sovpada z aktualnimi turističnimi trendi (dodatno spodbujenimi z epidemijo COVID-19), ko se prav tovrstni turizem kaže kot izjemno odporen in vzdržen; potovanje v odmaknjene, manj znane in turistično manj obiskane kraje ter večji interes za okolju prijazne in lokalne produkte (Gössling et al., 2021). Vine (2021, v Barry, 2021) prav tako navaja, da turisti danes potujejo bolj odločno in zavestno kot kadarkoli prej ter si želijo več fizičnih izzivov, nepozabnih spominov in medsebojnih interakcij. Da bi lahko potencialne lokalnih turističnih ponudnikov izkoristili, bo tako potrebno zagotoviti bolj uravnotežen in celostni pristop poslovnih in digitalnih izobraževalnih procesov, pri čemer uvajati specifične programe in modele, katerih glavni namen bo ozaveščanje in pomoč pri razvoju turističnih ponudnikov v perifernih območjih (Grant, 2003, v Galloway & Mochrie 2006). Poleg strokovnjakov in mentorjev za specifična področja, so pogosto tudi mladi (študenti) tisti proaktivni in večji posamezniki, ki jim je aktualnost (trendi), kreativnost in digitalizacija blizu. Ugotovitve v raziskavi Guzman et al (2020) kažejo, da lastniki manjših podeželskih podjetij prepoznajo velik potencial pri vključevanju mladih v vsakodnevne poslovne procese in operacije, saj imajo ti edinstvene talente in veščine, ki lahko konkretno doprinesejo lokalnemu gospodarstvu (npr. poznavanje tehnologije). Na drugi strani pa Lopes et al., (2021) izpostavljajo, da sta komercializacija in prenos znanja med mikro, malimi in srednje velikimi podjetji ter visokošolskimi institucijami v turističnem sektorju neučinkovita in problematična. Czernek (2017) še navaja, da če želimo spodbujati prenos znanj turističnega sektorja iz visokošolski institucij v prakso, je potrebno ustanoviti nove oblike partnerstev, modelov, ipd. v tem sektorju.

Zgornji uvidi predstavljajo konkrenta izhodišča pri snovanju koncepta doživetvene platforme LocalsFromZero, kjer s pomočjo mladih strokovnjakov (t.i. skavtov), ki jih v gospodarstvo vključujemo s pomočjo novoustanovljenega programa sTOudio Turistica na UP Fakulteti za turistične študije Turistica in drugih kanalov ponudnikom pomagamo pri razvoju, ozaveščenosti in tržnem preboju.

### 3 Raziskava in preliminarna spoznanja

Med snovanjem modela se avtorji poslužujemo različnih kvantitativnih in kvalitativnih raziskovalnih metod, s katerimi preverjamo predpostavke in pridobivamo pomembne vpogleda v zgoraj omenjene izzive in potenciale. Večina raziskav je še v teku, a bomo za namen tega prispevka povzeli vmesne ugotovitve.

Med 120 dodiplomskimi študenti prvih in tretjih letnikov Fakultete za Turistične študije - Turistca v Portorožu smo s pol odprtim tipom vprašalnika junija 2021 preverjali njihova mnenja o projektu in pripravljenosti za vključevanje v aktivnosti, ki se v sklopu njega odvijajo, pri čemer jim je bil projekt LocalsFromZero predhodno nazorno predstavljen. V nadaljevanju bomo povzeli nekaj ključnih ugotovitev. Na vprašanje o zainteresiranosti študentov za priključitev k projektu, se je v odgovorih nakazal nadpovprečni interes za sodelovanje. Prav tako je zelo pozitivno in vzpodbudno tudi njihovo mnenje o samem konceptu projekta (več kot 80% anketirancev je projekt ocenilo nadpovprečno). Zanimalo nas je tudi njihovo mnenje o tem, ali se jim zdi, da v svojem lokalnem okolju potrebujejo rešitev, ki jo za t.i. periferne lokalne ponudnike ponuja koncept LocalsFromZero. Več kot 80% študentov je na lestvici od 1 do 5 odgovorilo z oceno 4 ali 5, kar pomeni, da je takšna rešitev po njihovem mnenju pomembna in potrebna. 46% vseh anketirancev prihaja iz podjetniškega okolja (anketiranci se bodisi podjetniško udeležujejo oz. imajo družinska podjetja). Študenti so pri dodatnem (odprtem) vprašanju pisali tudi o konkretnih področjih/izzivih, kjer pri lokalnih ponudnikih vidijo največ težav (npr. "večina nima znanja o razvoju trajnostnih turističnih produktov", "birokracija in pravno znanje", "spletno oglaševanje", "mreženje", ipd.).

Vzporedno zgornjemu poizvedovanju stanje preverjamo tudi na strani lokalnih turističnih ponudnikov v Sloveniji. Del poizvedovanj izvajamo z metodo fokusnih skupin in intervjujev, del pa s pomočjo pol odprtih anketnih vprašalnikov. Večina omenjenih aktivnosti poteka neposredno na lokaciji (izobraževalne delavnice in obiski), druge pa v posrednem stiku s sogovorniki (online konferenčna orodja). Vse omenjene aktivnosti so še vedno v teku, spodaj povzemamo nekaj ključnih in pomembnih (vmesnih) spoznanj, ki izhajajo iz dosedanjega vzorca 30 lokalnih turističnih ponudnikov. Največ je takšnih, ki so nosilci dejavnosti/ponudbe sami (35%). 41% vseh ocenjuje, da bi pri poslovanju potrebovali osebnega mentorja/pomočnika (skavta), pri čemer je 47.1 % takih, ki so na to vprašanje

odgovorili z "ne vem". 11.8 % vprašanih pa je mnenja, da osebnega mentorja/pomočnika ne potrebuje. Pri odprtem vprašanju o izzivih, s katerimi se vprašani srečujejo pri vsakodnevem poslovanju, so najpogostejši odgovori birokracija, pravno-formalni vidiki, prodajni (distribucijski) kanali, družbeni mediji in trženje. 58.8% vseh sogovornikov meni, da so v turizmu sami sebi prepuščeni občasno, 17.6 % pa da so v turizmu sami sebi prepuščeni vedno. Na ocenjevalni lestvici od 1 - 5 se je izkazalo, da večina vprašanih "hrepeni" po enotni, povezani in združeni spletni platformi - skupnosti, kjer bi lahko instantno komunicirali z raznolikimi, podobno mislečimi ponudniki (študenti, skviti in drugimi mentorji), v zameno za manjšo mesečno naročnino ali provizijo imeli na voljo strokovno usposobljene študente in mentorje, ki bi odgovarjali na njihova vprašanja, ter dnevno prejemale pomembne in aktualne novice iz sveta turizma in drugih povezanih panog.

#### **4 Razprava in sklep**

Ko je govora o perifernem turizmu, imamo v mislih njegov geografski in konceptualni vidik. O geografskem govorimo takrat, ko imamo v mislih odmaknjena, obrobna ali podeželska območja, o konceptualnem pa takrat, ko pomislimo na vsakega (manjšega ali večjega) turističnega akterja, ki ni deležen enakovrednih razvojnih priložnosti, kot ostali (vodilni) akterji na destinaciji, pri čemer je lahko razlogov za takšno stanje več. Periferni turizem tako dojemamo kot drugi steber turizma, ki zajema vse tisto, kar prvi (vodilni) ne oz. se zanj ni mogoče enostavno kvalificirati (npr. periferni ponudnik se težje kvalificira za 5\* doživetje, pridobivanje certifikatov, promocijo na uradnem državnem turističnem portalu, uspešnost na razpisih, ipd.) (Hohl & Tisdell, 1995; Moscardo, 2005). S konceptom *LocalsFromZero* stremimo k enakovredni in enakopravni obravnavi obeh stebrov oz. opolnomočenju drugega stebra, ki v svoji unikatnosti in tradiciji skriva izjemen, še neizkoriščen potencial prihodnjega turističnega razvoja. Omenjene preliminarne raziskave nakazujejo, da naše domneve in predpostavke odražajo stanje na terenu. Periferni turistični ponudniki se vse bolj zavedajo svoje odmaknjenosti in svojih pomanjkljivosti ter si želijo tuje pomoči, povezovanja in mreženja (dokaz so tudi številni pozitivni odzivi iz terena: odzivi na delavnice, vključevanje v *LocalsFromZero* skupnost, zainteresiranost za sodelovanje s skviti in sodelovanje na platformi, ipd.). Nove podjetniške izzive in možnost sodelovanja z gospodarstvom pozdravljajo tudi mladi (v našem primeru študenti), ki glede na

preliminarne uvide izražajo veliko naklonjenost konceptu in pripravljenost za sodelovanje.

### Opomba

Objavljeni strokovni prispevek na konferenci.

### Zahvala

Raziskava, predstavljena v tem članku, je bila izvedena v okviru raziskovalno-razvojnega projekta TRL3-6 Turizem 4.0 - Obogatena turistična izkušnja (OP20.03536), ki ga sofinancira Ministrstvo za izo-brazevanje, znanost in šport Republike Slovenije in Evropski sklad za regionalni razvoj Evropske unije.

### Literatura

- Barry, S. (2021, May 26). Post-pandemic travel trends and what they say about us. Euronews. <https://www.euronews.com/travel/2021/05/26/travel-industry-experts-on-the-post-covid-travel-trends-emerging-from-bookings>
- Blokker, D. P., & Dallago, M. B. (2012). Youth Entrepreneurship and Local Development in Central and East-ern Europe. Ashgate Publishing, Ltd.
- Czernek, K. (2017). Tourism features as determinants of knowledge transfer in the process of tour-ist cooperation. *Current Issues in Tourism*, 20(2), 204–220. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.944107>
- de Guzman, M. R. T., Kim, S., Taylor, S., & Padasas, I. (2020). Rural communities as a context for entrepreneurship: Exploring perceptions of youth and business owners. *Journal of Rural Studies*, 80, 45–52. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.036>
- Fillis, I., Johansson, U. and Wagner, B. (2003), “A conceptualisation of the opportunities and barriers to e-business development in the smaller firm”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 10 No. 3, pp. 336-44.
- Galloway, L., & Mochrie, R. (2005). The use of ICT in rural firms: A policy-orientated literature review. *Info*, 7(3), 33–46. <https://doi.org/10.1108/14636690510596784>
- Galloway, L., & Mochrie, R. (2006). Entrepreneurial Motivation, Orientation and Realization in Rural Economies. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 7(3), 173–183. <https://doi.org/10.5367/000000006778026617>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Kourilsky, M. L., Walstad, W. B., & Thomas, A. (2007). *The Entrepreneur in Youth: An Untapped Resource for Economic Growth, Social Entrepreneurship, and Education*. Edward Elgar Publishing.
- Hohl, A., & Tisdell, C. (1995). Peripheral tourism. *Annals of Tourism Research - ANN TOURISM RES*, 22, 517–534. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00005-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00005-Q)
- Lopes, J. M., Oliveira, M., Lopes, J., & Zaman, U. (2021). Networks, Innovation and Knowledge Transfer in Tourism Industry: An Empirical Study of SMEs in Portugal. *Social Sciences*, 10(5), 159. <https://doi.org/10.3390/socsci10050159>
- Malecki, E. (2003). Digital Development in Rural Areas: Potentials and Pitfalls. *Journal of Rural Studies*, 19, 201–214. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00068-2](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00068-2)

- Moscardo, G. (2005). Peripheral Tourism Development: Challenges, Issues and Success Factors. *Tourism Recreation Research*, 30(1), 27–43. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081231>
- Ndivo, R. M., & Cantoni, L. (2016). Rethinking local community involvement in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 57, 275–278. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.014>
- Peña, A. I. P., & Jamilena, D. M. F. (2010). The relationship between business characteristics and ICT deployment in the rural tourism sector. The case of Spain. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 34–48. <https://doi.org/10.1002/jtr.735>
- Salemink, K., Strijker, D., & Bosworth, G. (2017). Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 54, 360–371. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.001>

