

Varnost je tudi v krizi vrednota turističnega proizvoda in ponudbe

V preteklosti je bilo moderno pozitivno sporočilo turističnega gospodarstva, svetovalcev in nekaterih akademikov: »Turizem kot sila miru v svetu«, ki se je uporabljalo za popularizacijo turizma.



Avtor:

dr. Janez Mekinc
UP FTŠ Turistica, Obala 11 a,
6320 Portorož

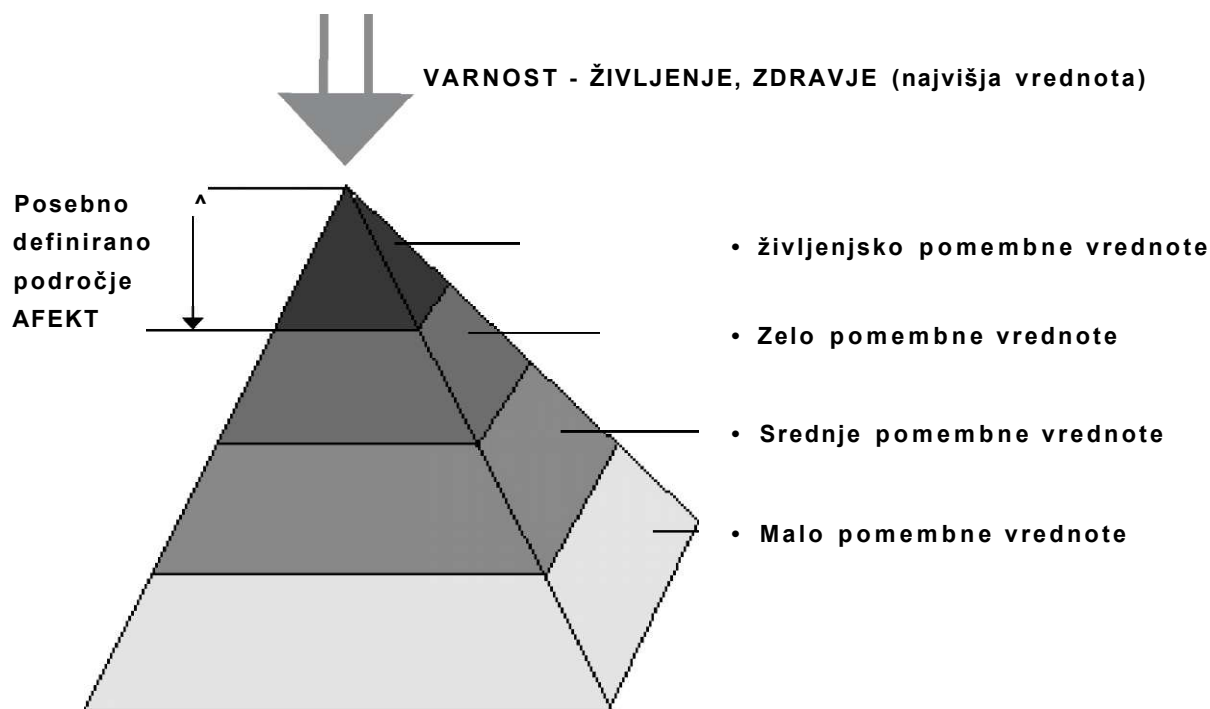
Hierarhija vrednot

Resnica je, da ima turizem zamejljiv vpliv na mir in varnostne pojave na makro ravni in da je veliko bolj odvisen od varnosti kot pa varnost od turizma (Hall et al. 2003). Varnost je kot vrednota na vrhu sistema vrednot. Že odzivi posameznika z ogroženo vrednoto varnosti, ki jo doživljamo kot ogrožanje življenja in zdravja, so

burni in nekompromisni. Varnost življenja in zdravja je življenjsko pomembna vrednota.

Za lažje razumevanje, kako pomembno vlogo imajo vrednote v življenju, pri odločitvah in ravnanju in obnašanju, bomo na začetku nekaj besed namenili razumevanju pojma vrednote. Vrednote so prepričanja o tem, kaj je dobro in kaj ni, kaj je prav in kaj ne, kaj je vredno in treba ceniti in česa ne. Običajno se oblikujejo v otroštvu in mladosti in so posplošena ter relativno trajna pojmovanja o ciljih in pojavih, ki jih zelo cenimo in ki usmerjajo naše interese in vedenje. Določene pojave torej ocenjujemo kot dobre in zaželene in si prizadevamo, da jih uresničujemo v življenju.

Vrednote so eno od pomembnih gibal vedenja. Iz njih izhajajo stališča, želje in cilji. Vedenje je večinoma usklajeno z vrednotami. Med vrednotami in vedenjem ni vedno enoznačne zveze in posamezniki svojih vrednot včasih ne upoštevajo. Posameznik, ki prisega na eno vrednoto, lahko v različnih življenjskih situacijah ravna v nasprotju z njo. Ker so vrednote ponotranjene in povezane s samopodobo (identiteto), lahko oseba, ki ne ravna v skladu s svojimi vrednotami, prihaja v konflikt sama s sabo, s svojo samopodobo. Tedaj se pogosto sproži obrambni mehanizem racionalizacije, ko skuša najti opravičilo za svoje vedenje. Določene situacije lahko prive-

**OGROŽEN, NEPRIJETEN OBČUTEK**

Ko nekaj ogroža eno od »mojih«, lastnih vrednot

PRIJETEN, POZITIVEN OBČUTEK

Ko neki dogodek potrjuje eno od lastnih vrednot; ko »jaz« z dejanji potrjujem lastne vrednote ali eno od lastnih vrednot

dejo do konflikta vrednot. Količnik pomembnejše vrednote so v konfliktu, toliko bolj stresno je to zanje. Vrednote lahko temeljijo na družbenih normah, lahko so skupne skupinam ali individualne.

Varnost kot konkurenčna prednost slovenskega turističnega gospodarstva

Ugotovitve analiz z različnih delov sveta kažejo, da so vplivi varnostnih incidentov na turistično gospodarstvo, turistične destinacije, lokalne skupnosti in turiste vedno negativni in daljnosežni (Mansfeld 2006). Varnost je eden temeljnih dejavnikov države v turistični industriji. Turisti neradi potujejo v dežele, ki niso varne, zato so te manj atraktivne za razvoj turističnega sektorja. WEF (Svetovni

gospodarski forum) pri svoji vsakoletni analizi konkurenčnosti v tretjem stebru konkurenčnih dejavnikov, ki ga imenujejo v angleščini Safety and security (varno in varnost) ocenjuje stopnjo kriminala in nasilja, pojave oziroma možnost terorističnih dejanj, učinkovitost varnostnih (policijskih) sil, da zavarujejo posameznika, in tudi stopnjo varnosti v prometu. Splošna ocena je, da v primerjavi pri tem dominira Evropa, še posebej skandinavske države, saj so Finska, Islandija in Norveška na vrhu lestvice konkurenčnosti po dejavniki varnosti. Te države nimajo konkretnih problemov s kriminalom in nasiljem, ne pojavlja se nevarnost terorističnih dejanj, policijske/varnostne službe delujejo organizirano in učinkovito.

WEF je letos objavil podatke, da se

je Slovenija po skupni oceni konkurenčnosti slovenskega turizma med 133 državami uvrstila na 35. mesto, to je v zgornji del lestvice oziroma med države z nadpovprečjem po upoštevanih parametrih. Prednost pred drugimi državami ima predvsem na področju turistične infrastrukture, trajnostnega razvoja in varovanja okolja ter varnosti. Če pogledamo posamezne dejavnike konkurenčne prednosti, lahko vidimo, da so konkurenčne prednosti Slovenije še vedno največje glede poslovnega okolja in infrastrukture (33. mesto), pri čemer lahko izpostavimo turistično infrastrukturo (16. mesto), zemeljsko transportno infrastrukturo (23. mesto) in informacijsko tehnologijo (27. mesto) ter na področju varnosti (24. mesto) in trajnostnega razvoja okolja (20. mesto). Od leta

Država	Grožnje s terorističnimi napadi		Zanesljivost in učinkovitost policijskih in varnostnih služb		Stopnja kriminala in nasilja v družbi		Stopnja prometne varnosti	
	Mesto	Ocena	Mesto	Ocena	Mesto	Ocena	Mesto	Ocena
Avstrija	8	6,6	13	6,2	11	6,3	49	0,8
Italija	79	5,5	54	4,6	73	4,6	107	7,6
Hrvaška	39	6,1	53	4,6	49	5,3	42	0,6
Slovenija	25	6,3	57	4,6	22	5,9	21	0,3

Vir: WEF 2009 (<http://www.weforum.org/documents/TTCR09/index.html>)

Grožnje s terorističnim napadom	1 = pomemben dejavnik v turističnem sektorju 7 = ni pomemben dejavnik v turističnem sektorju
Zanesljivost in učinkovitost policijskih in varnostnih služb	1 = ni gotovo/zanesljivo, da bodo zagotovile red in mir v državi 7 = je gotovo/zanesljivo, da bodo zagotovile red in mir v državi
Stopnja kriminala in nasilja v družbi	1 = pomemben dejavnik v turističnem sektorju 7 = ni pomemben dejavnik v turističnem sektorju
Stopnja prometne varnosti	Število mrtvih v prometnih nesrečah na 100.000 prebivalcev

Merila pri posameznih področjih ocenjevanja

Vir: WEF 2009 (<http://www.weforum.org/documents/TTCR09/index.html>)

2008, ko je Slovenija na področju zagotavljanja varnosti zasedala 20. mesto, je sicer padla za 4 mesta, vendar pa je obdržala enako oceno 5,9 in je torej v zgornji petini ocenjenih držav. Naj navedemo, da je Hrvaška po tem merilu na 42., Avstrija na 6., Madžarska na 41. in Italija na 82. mestu.

Naj omenimo še, da se Slovenija po dejavnikih okoljskega trajnostnega razvoja uvršča na visoko 20. mesto (leta 2008 17.); v okviru tega dejavnika so ugotavljali, kako strogi so okoljevarstveni predpisi v posamezni državi. Glede tega merila smo na 25. mestu (leta 2008 22.), izvajanja teh predpisov pa na 23. mestu (leta 2008 24.). Pri merilu, ki meri, h kolikim sporazumom na področju varovanja okolja je država pristopila, je Slovenija na 10. mestu (leta

2008 na 5.), to mesto pa si deli z 10 drugimi državami.

Ni nepomembno vedeti, na katera mesta na seznamu konkurenčnosti za razvoj turističnega sektorja so se uvrstile države, pri katerih je turizem najpomembnejša oziroma eno najpomembnejših gospodarskih panog. Švica se je znova uvrstila na 1., Avstrija na 2. in Nemčija na 3. mesto. Italija je na 28. (enako kot leta 2008), Hrvaška pa na 34. mestu (enako kot leta 2008). Zmagovalka med državami, ki so izboljšale svoj položaj na lestvici, je Francija, ki se je z 10. (leta 2008) povzpela na 4. mesto. Analiza WEF je dober pokazatelj, da je sodelovanje vseh dejavnikov s področja turizma in medsektorsko sodelovanje izredno pomembno. Hkrati pa nam lahko analiza služi kot kakovosten pripomoček za še

nadaljnje izboljšanje konkurenčnosti slovenskega turizma. Rezultati raziskave nam namreč dajejo jasno sliko o tem, na katerih področjih turizma v Sloveniji že dosegamo želeno raven, in nam daje hkrati napotke, kam naj usmerjamo svoje aktivnosti, da se bo slovenski turizem v prihodnosti uvrščal še višje.

Varnost pri trženju turističnih storitev in proizvodov

Če vzamemo varnost kot eno od konkurenčnih prednosti slovenskega turizma, se pojavi jasno vprašanje, kako Slovenija in slovenski turistični sektor - javne službe ali poslovni subjekti - tržita to konkurenčno prednost. Pri tem je treba poudariti inovativnost pri ponudbi storitev, zlasti oblikovanju novih turističnih proizvodov, ki

Aktualno



bodo vključevali elemente varnosti kot konkurenčne prednosti. Skupne probleme pri uvajanju inovativnih programov v turizem lahko opredelimo (Dallen, Hall 2007):

- neučinkovitost javnih služb za razpolaganje z javnimi sredstvi za turizem;
- visoka raven birokracije z dolgi in zapletenimi upravnimi postopki;
- neprožnost v podpornih projektih za turizem;

- slabo opredeljena merila pri izboru projektov na javnih razpisih. Že ko preberemo Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011 (RNUST) kot temeljni strateški dokument slovenskega turizma, ugotovimo, da je varnost omenjena le površinsko in brez poudarka. Podobno je, ko analiziramo promocijske in tržne aktivnosti slovenskega turizma (povzeto po: RNUST 2007-2011) z namenom pridobivanja turistov in njihovega odnosa do Slovenije kot turistične destinacije na spletnih straneh. Ne glede na to, ali si ogledamo PR-akcije

- proaktivna izraba dogodkov, ki se navezujejo na Slovenijo, oglaševanje Slovenije kot turistične destinacije na turističnih sejnih in kongresih, oglaševanje v katalogih turističnih agencij, CRM in direktno trženje slovenskih turističnih proizvodov in storitev, varnosti kot konkurenčne prednosti Slovenije - ne bomo zasle-

dili kot elementa trženja in promocije. Če si ogledamo piramidni prikaz faz, v katerih je lahko turist glede na destinacijo, ugotovimo, da je dejavnik varnosti pomemben element odločitve za destinacijo v vsaki od faz. Varnost kot vrednota je pomembna tudi pri sprejemanju odločitev za potovanje, konkretno turistično destinacijo, hotel, marino idr. Različni pojavi varnostnih incidentov pa povzročijo spremembo v percepciji turistov do tveganja, ki so ga še pripravljene sprejeti ob potovanju (Mainsfeld 2006). Glede na navedeno nas je še posebej zanimal pristop poslovnih gospodarskih subjektov na področju turizma do trženja storitev skozi prizmo varnosti. Drugače povedano, zanimali so nas turistični gospodarski subjekti, kot so hoteli, zdravilišča, turistično-športni centri, igralnice, oziroma kako pri svojem trženju na spletnih straneh upora-

bljajo varnost kot pozitiven tržni dejavnik. Za namen raziskave smo analizirali 5 večjih spletnih strani slovenskih hotelov in zdravilišč. Iskali smo besedi varno ali varnost in okvir, v katerem sta omenjeni. Naša pričakovanja, da varnost kot pomemben tržni element konkurenčnosti slovenskega turizma ni prepoznaven med turističnimi gospodarskimi subjekti, so se izkazala za pravilna. Beseda varnost se sicer pojavlja na spletnih straneh, vendar ne za neposredno trženje turistične destinacije, turističnih storitev/pro-



PREPOZNAVANOST

SPREJEMLJIVOST
(varnost, podoba
destinacije, usklajenost
s samopodobo in željami)

ŽELJA PO OBISKU

PRVA IZKUŠNJA
kot posledica želje po obisku

ŽELJA PO VRNITVI
na osnovi pozitivne prve izkušnje

REDNI GOST
na osnovi pozitivnih izkušenj, ki se ponavljajo

Vir: RNUST 2007-2011



izvodov, temveč le v informativne namene. Tipični primeri posredne informacijske uporabe besed varno/varnost na analiziranih spletnih straneh:

- »... vzpostavljeni vsi varnostni mehanizmi tako za zaščito podatkov hotela ...«
- ». kabelsko televizijo, varnostno blagajno, kopalnico ...«
- ». poskrbljeno pa je tudi za var-

no hrambo koles in motorjev ...«

- »...24-urna dosegljivost upravitelja marine oziroma varnostne službe ...«

• ». omogoča varno vadbo za vse generacije ...«

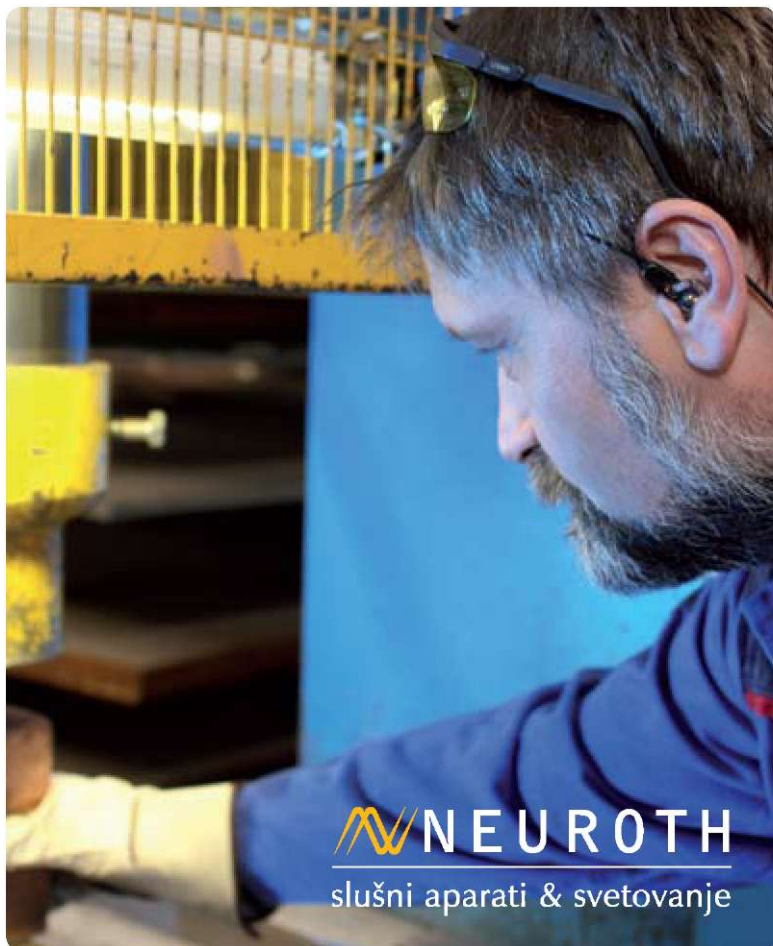
Gre torej za posredno nagovarjanje potencialnih strank z besedami varno/varnost, ne pa za neposredno nagovarjanje. Vzrok za tak odnos je gotovo dejstvo, da varnost v turističnem gospodarstvu nikoli ni bila razumljena kot konkurenčna prednost, temveč kot možen demotivacijski dejavnik za potencialne stranke. Seveda so odločitve potencialnega turista o izbiri destinacije, hotela idr.



odvisne tudi od drugih zunanjih dejavnikov, kot so vpliv družine, priporočila znancev, kot pa samo od kakovosti spletnih strani (Mills, Law 2005).

Celosten pristop k zagotavljanju varnosti v turizmu

Vedno aktualno razmerje med varnostjo in človekovimi pravicami je prenosljivo in primerljivo tudi z



> Neuroth Antilärm® PRO

Individualna zaščita sluha pri delu v industriji in obrti.

>Kontaktna oseba:

NEUROTH slušni aparati d.o.o.

Matej Kuhar

Tel 051/637 657

E-mail: matej.kuhar@neuroth.at

Saša Vrtovec, el. ing.

Tel 051/356 646

E-mail: sasa.vrtovec@neuroth.si

www.neuroth-zascitasluha.si

Äicftialno



razmerjem med varnostjo na eni strani ter svobodo, pristnim užitkom, diskretnostjo in integriteto turistov na drugi. Obe razmerji sta v svoji kvantiteti in kvaliteti recipročni. Tako pri prvem razmerju velja, da več in ostrejši varnostni ukrepi obvezno povzročijo zmanjšanje in omejevanje človekovih pravic. To se v turizmu velikokrat neposredno aplicira na razmerje med varnostjo in turizmom v okviru: več zagotavljanja varnosti, manj svobode in pristnih užitkov pri turističnih aktivnostih oziroma dejavnostih. Odnos turistov in delavcev v turistični dejavnosti in tudi širše civilne javnosti do prej omenjenega razmerja si bomo podrobneje ogledali. Pri tem bomo za področje opazovanja vzeli dve pojmovno široki turistični storitvi:

- zagotavljanje varnosti v nastanitvenih obratih (hotelih, prenočiščih),
- zagotavljanje varnosti turistov pri različnih turistično-športnih aktivnostih, kot so gornišтво, veslanje po divjih vodah, gorsko kolesarjenje, smučanje in deskanje, potapljanje, jadralno padalstvo idr.

V nastanitvenih obratih se varnost gostov/turistov zagotavlja z dvema osnovnima načinoma - tehničnim

in fizičnim varovanjem objekta. Pri tehničnem varovanju gre za varovanje s tehničnimi sredstvi, kot so različni senzorji, čitalci kartic, predvsem kamere, s katerimi se snema in nadzira dogajanje v prostorih nastanitvenega obrata in neposredna okolica objekta. Fizično varovanje pa zajema varovanje z varnostniki, ki so lahko uniformirani ali pa tudi v civilnih oblačilih. Ne glede na način varovanja gre za poseganje v zasebno sfero gosta/turista, saj kamere nenehno snemajo premike gostov na hodnikih, dvigalu, preddverju hotela, recepciji, toaletnih prostorih, baru, konferenčnih dvoranah, bazenu, vhodu v hotel/prenočišče, gostinski obrat idr. Pri tem spremljajo tudi čas gibanja gosta/turista, njegove socialne stike in socialno mrežo, uporabo plačilnih kartic ali gotovine. Gre za občutljive osebne podatke. Še bolj občutljivo pa je zbiranje in shranjevanje omenjenih podatkov oziroma posnetkov. Diskretnost gosta je s tega zornega kota seveda minimalizirana. Še posebej so taki ukrepi občutljivi s stališča možnosti zlorabe osebnih podatkov. Lahko gre za nedolžno zlorabo, ko zaposleni v nastanitvenem obratu z zbranimi podatki spremljajo gibanje simpa-

tičnega gosta, pridobijo njegove osebne podatke. Pri tem gre seveda predvsem za nespoštovanje poklicne etike pri zaposlenem. Lahko pa gre za resnejše zlorabe. Slednje se lahko zgodijo že ob nestrokovnem shranjevanju in združevanju osebnih podatkov, ki niso v skladu z Zakonom o varstvu osebnih podatkov. Lahko pa podatke, tako zbrani v nastanitvenih obratih, tudi neupravičeno posredujejo tretjim osebam. Če seveda na to gledamo z opisanega zornega kota, je za turista/gosta prijetnejša nastanitev v hotelu/prenočišču, ki ni tehnično in fizično varovano ali pa je to minimalno. Lahko pa seveda na tehnično in fizično varovanje gledamo tudi z drugega zornega kota, ko dobro fizično in tehnično varovanje zavaruje turista, njegovo zdravje, življenje in tudi premoženje. Z varovanjem lahko nadzorne službe pomagajo pri odkrivanju kaznivih dejanj, tatvin, roparskih tatvin, vlomov in drugih premoženjskih deliktov. Prav tako lahko nadzovanje pomaga pri nesrečah gostov, izgubi predmetov, oseb idr. Pri tem se pojavlja osnovno vprašanje, kakšno je optimalno razmerje med varnostjo na eni strani in osebno integriteto ter diskretnostjo gosta na drugi. Menedžment nastanitvenih obratov si seveda s povečanjem tehničnega in fizičnega varovanja zagotovi zmanjšanje odgovornosti pri odškodninskih zahtevkih ali tožbah ob nesrečah, tatvinah in drugih negativnih varnostnih pojavih v obratu. Zaradi vse bolj osveščenih gostov/turistov pa bo prihajalo tudi do odško-



dninskih tožb zaradi morebitnega nestrokovnega zbiranja osebnih podatkov in zlorab tako zbranih osebnih podatkov. Prav v zvezi s tem lahko opozorimo na izziv neposrednega osveščanja gostov/turistov o njihovi odgovornosti za lastno varnost, varnost svojcev in premoženja. Drugače povedano, poudariti je treba odgovornost tu-

rista, da sam poskrbi za lastno varnost. Večja ozaveščenost turistov, da z odgovornim vedenjem in ravnanjem skrbijo za svojo varnost, lahko tudi razbremeni lastnike in menedžment nastanitvenih obratov, da omeji tehnično in fizično varovanje ter s tem omogoča več diskretnosti in osebne integritete gostov. Prej omenjeno nikoli po-

polnoma neoptimizirano razmerje med varnostjo in diskretnostjo gosta/turista se lahko oblikuje ravno s preventivnim osveščanjem turistov o skrbi za lastno varnost.

Pri tem se kar sama od sebe ponuja primerjava z razmerjem med varnostjo in svobodo ob športni aktivnosti in dejavnosti turistov. Aprila 2008 smo bili priče dogodku z belgijskimi otroki, ki so se v neugodnih vremenskih in nevarnih snežnih razmerah odpravili v gore. Seveda so bili brez potrebne opreme, neprimerno obuti in oblečeni (v kratkih krilih, hlačah, natikačih), brez gorniških izkušenj in seveda



NEUROTH
slušni aparati & svetovanje

> Neuroth Aquastop®

Zaščita pri plavanju za občutljiva ušesa!

- individualno prilagojena za optimalno prileganje
- brez tiščanja v ušesu, primerna za dolge treninge
- ohranja občutek ravnotežja

>Kontaktna oseba:

NEUROTH slušni aparati d.o.o.

Matej Kuhar

Tel 051/637 657

E-mail: matej.kuhar@neuroth.at

Saša Vrtovec, el. ing.

Tel 051/356 646

E-mail: sasa.vrtovec@neuroth.si

www.neuroth-zascitasluha.si

Aktualno

brez vodnika. Podobne zgodbe poznamo tudi pri veslanju s kajaki, kanuji ali rafti po slovenskih rekah ter pri drugih športih v naravi. Največkrat neuke veslače z neprimerno opremo nepripravljene najdemo v nevarnih predelih rek. Še več, velikokrat smo priče, da turisti niti ne napovejo športnih aktivnosti, čeprav jim to nalagajo predpisi. Leta 2007 se jih je tako denimo pri vodnih aktivnostih ponesrečilo 5, pri aktivnostih v zraku 45, pri gorskem kolesarjenju 3, pri sankanju 11. Skupaj je bilo 290 nesreč, v katerih so bili 304 ponesrečenci. Pri tem je treba dodati, da v analizo niso vključene nesreče na organiziranih

smučiščih, ko so posredovali gorski reševalci, organizirani v dežurno službo na smučišču. Največ nesreč se zgodi udeležencem v neorganizirani skupini in med posamezniki. V približno 30 odstotkih reševanj so udeleženi tuji državljani, največkrat Čehi. Tudi v teh primerih gre za slabo osveščenost za lastno varnost med turisti. Na tem področju je očitna razlika med turistično razvitejšimi državami in Slovenijo. Možnosti za tovrstne športne aktivnosti brez poprejšnje napovedi pri turistični organizaciji (LTO, koncesionarji za določeno področje) in najema vodiča oziroma inštruktorja si je v Franciji, Švici, Nemčiji, Avstriji

... težko zamisliti. Največjo nevarnost za turiste pomeni prav nepoznavanje območja oziroma terena, kjer izvajajo aktivnosti. Zato je tako pomembna uvedba učinkovitega sistema napovedi športnih aktivnosti turistov. Predvsem gre za osveščenost turistov, da je treba športne aktivnosti v naravi napovedati in tudi plačati. Del tako zbranih sredstev gre neposredno v ohranjanje in varstvo narave ter zagotavljanje večje varnosti na preventivnem in kurativnem področju. Odgovornost turistov za osebno varnost je še toliko pomembnejša. Akcije reševanja turistov so v tujini drage, ker že samo po sebi deluje preventivno.

USPOSABLJANJE OPERATERJEV SOLARIJEV

ZVD d.d. je s strani Ministrstva za zdravje - Uprave RS za varstvo pred sevanji pooblaščen za izvajanje usposabljanja osebja v solarijih;
št. pooblastila: 1234-1/2010-3

Program seminarja:

Skladno z 18. členom Pravilnika o minimalnih sanitarno zdravstvenih pogojih za opravljanje dejavnosti higienske nege in drugih podobnih dejavnosti (Uradni list RS, št.: 104/2009) so na usposabljanju podrobno razložene vsebine o:

- delovanju solarijev,
- UV sevanju,
- bioloških učinkih,
- zdravstvenih tveganjih,
- tipih kože,
- dozah izpostavljenosti.



Z NAMI JE VARNEJE

Kontaktne osebe:

Tom Zickero T: 01 585 51 63 M: 041 674 007
Andraž Tancek T: 01 585 51 96 M: 051 671 809

E: tom.zickero@zvd.si
E: andraz.tancek@zvd.si

ZVD 50let

ZVD Zavod za varstvo pri delu d.d.

Chengdujska cesta 25
1260 Ljubljana - Polje
T: 01 585 51 00
F: 01 585 51 01
W: www.zvd.si
E: info@zvd.si

Seveda so stroški reševalnih akcij turistov, ki so imeli s seboj vodiča ali inštruktorja, veliko manjši ali pa jih za turiste sploh ni, saj je odgovornost za varnost prenesena na vodiča/inštruktorja. Sistem napovedi športnih aktivnosti v naravi pri turistih pa je učinkovit toliko, kolikor je učinkovit sistem nadzora oziroma odkrivanja in sankcioniranja kršitev. V razvitih gorskih turističnih središčih Avstrije (Obertavnu, Kaprunu, Sportgestainu, Molltalu, Salbachu, Ischgel) si je težko zamisliti, da bi se turist odpravil na turo gorskega kolesarstva, ne da bi kupil karto in tako posredno napovedal svojo navzočnost v gorah. Princip je popolnoma enak kot pozimi, ko je treba kupiti smučarsko karto, če želimo smučati ali deskati. Če se vrnemo k razmerju med varnostjo na eni strani in svobodo turista na drugi, so preventivne akcije, povezane z osveščanjem turistov o odgovornosti za lastno varnost, še toliko bolj upravičene. Na tem področju zelo zaostajamo za drugimi državami. Preventivne aktivnosti, ki jih v turistični sezoni izvajamo za večjo prometno varnost turistov na slovenskih cestah, bi morali prenesti tudi na druga področja, kjer se turistom dogajajo nesreče. Eden od glavnih ciljev turistične destinacije je ravno v čim bolj sprejemljivem (optimalnem) razmerju med varnostjo na eni in svobodo ter diskretnostjo turistov na drugi strani. Da se utvari tako razmerje, je potreben sistematičen pristop vseh subjektov v turistični dejavnosti. Pri nas pa je žal največkrat sistematičnost zamenjana s stihizmom.



Sklepne misli

Tekma inovativnih orožij je barvita fraza Baumola (2002), ko opisuje inovacijo kot primarno orožje konkurence in varnosti, gotovo je konkurenčna prednost, ki se mora vključevati v ponudbo, še posebej inovativna. Načrtovanje varnosti v turizmu z namenom zmanjševanja in preprečevanja tveganja se izvaja na štirih področjih:

1. človeški in zakonski okviri, v katerih deluje turistično gospodarstvo;
2. turistično gospodarstvo v povezavi z ostalimi gospodarskimi sektorji;
3. turisti;
4. tveganja okolja - epidemije, naravne nesreče, klimatske spremembe ... (WTO 1997).

Slovenski turizem stanje varnosti/varnostne standarde/varnostne razmere v Sloveniji kot turistični destinaciji ne izrablja dovolj z vidika konkurenčne prednosti. Zavest, da želijo turisti pri odločanju za destinacijo najprej potrditi vrednoto varnosti, je v slovenskem turizmu v nasprotju s pričakovanim. Če se postavimo v vlogo turista, najprej preverimo varnost destinacije, kamor potujemo. Varnost je širok pojem in zajema: nalezljive bolezni, možnosti epidemij, naravnih katastrof (cunami, orkani,

izbruh vulkana), možnosti izbruha nasilja ali vojaških spopadov, politične stabilnosti destinacije/države, korupcije, organiziranega ali uličnega kriminala, varnosti v prometu, varnosti osebnih podatkov, varnosti pri izvajanju adrenalinskih športov itd. Slovenijo kot državo/destinacijo z visoko stopnjo varnosti bi morali oglaševati že na nacionalni ravni (mednarodni turistični sejmi, kongresi) in to bi moralo postati ena od strateških nalog slovenskega turizma. Obenem pa bi morali turistični subjekti varnosti pri trženju namenjati in posvečati večjo pozornost.

Literatura

1. Baumol, W. J. (2002): *The Free-Market Innovation Machine. Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*, Princeton Univ. Press.
2. Dallen, J. T., Hall, T. C. (2007): *Safety and Security in Tourism: Relationships, Management and Marketing*, Jaico Publishing House.
3. Hall, C. M., Timothy, D. J., Duval, D. T. (2003): »Security and Tourism: Towards a New Understanding«, *Safety and Security in Tourism (Relationships, Management and Marketing)*, The Haworth Hospitality Press, Binghamton.
4. Mansfeld, Y., Pizam, A. (2006): *Tourism, Security And Safety: From Theory to Practice*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington.
5. Mills, J. E., Law, R. (2005): *Handbook of Consumer Behavior, Tourism, and the Internet*, Routledge.
6. RNUST 2007-2011.
7. *Travel & Tourism Competitiveness Report WEF (2009)* (www.weforum.org/documents/TTCR09/index.html).
8. World Tourism Organization (1997), *Tourist Safety and Security - Practical Measures for Destinations*, WTO, Madrid.