

Oznaka poročila: ARRS-CRP-ZP-2018/24

ZAKLJUČNO POROČILO O REZULTATIH CILJNEGA RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

A. PODATKI O RAZISKOVALNEM PROJEKTU

1. Osnovni podatki o raziskovalnem projektu

Šifra projekta	V5-1512	
Naslov projekta	IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI, S Poudarkom NA PROGRAMIH ZA SENIORJE	
Vodja projekta	29276 Emil Juvan	
Naziv težišča v okviru CRP	7.1.2 Analiza stanja, razvojnih potencialov in razvojnih potreb RS na področju razvoja produktov »socialnega turizma« in ugotovitve ustreznosti stanja institucionalnega podpornega okolja za ta namen	
Obseg učinkovitih ur raziskovalnega dela	631	
Cenovna kategorija	B	
Obdobje trajanja projekta	10.2015 - 09.2017	
Nosilna raziskovalna organizacija	1988	Univerza na Primorskem Universita del Litorale
	1718	Univerza na Primorskem Fakulteta za turistične študije Portorož - Turistica
Raziskovalne organizacije - soizvajalke	1510	Znanstveno-raziskovalno središče Koper
	2707	Fakulteta za dizajn, samostojni visokošolski zavod, pridružena članica Univerze na Primorskem
Raziskovalno področje po šifrantu ARRS	5	DRUŽBOSLOVJE
	5.03	Sociologija
Družbeno-ekonomski cilj	11.	Družbenopolitični sistemi, strukture in procesi
Raziskovalno področje po šifrantu FORD/FOS	5	Družbene vede
	5.04	Sociologija

2. Sofinancerji

	Sofinancerji
--	--------------

Sofinancerji		
1.	Naziv	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
	Naslov	Kotnikova ulica 5, 1000 Ljubljana
2.	Naziv	Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS
	Naslov	Bleiweisova cesta 30, 1000 Ljubljana

B. REZULTATI IN DOSEŽKI RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

3. Povzetek raziskovalnega projekta¹

SLO

Cilj projekta je spodbujanje povečanja konkurenčnosti slovenskega turizma na področju razvoja produktov socialnega turizma, s poudarki na turističnih doživetjih za seniorje. Socialni turizem je zelo nejasno opredeljen in zato je posledično težko identificirati programe oz. modele socialnega turizma in zagotoviti njihov uspešen razvoj. Ker potenciali socialnega turizma v Sloveniji niso dovolj izkoriščeni, je namen projekta (1) analizirati stanje na področju socialnega turizma v Sloveniji ter (2) analizirati razvojne potrebe in razvojne potenciale na področju razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, (3) oblikovati predloge sistemskih ukrepov sektorskih politik, ki služijo kot podlaga za razvoj konkurenčnih proizvodov socialnega turizma v Sloveniji, (4) razvoj prototipa portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma in (5) informiranje ter diseminacija rezultatov projekta. Metode dela, ki smo se jih posluževali pri projektu so poleg analize literature, raziskav in strateških dokumentov tudi polstrukturirani intervjuji s ključnimi predstavniki socialnega turizma v Sloveniji in spletna anketa med predstavniki turističnega gospodarstva. Zastavljene naloge projekta smo oblikovali v dvanajst delovnih sklopov (štirje vsebinski sklopi). V okviru sklopa »Analiza stanja na področju socialnega turizma v Sloveniji« smo (1) teoretično opredelili socialni turizem, (2) identificirali ter klasificirali slovenske seniorske programe socialnega turizma glede na obstoječe modele socialnega turizma ter na osnovi izdelanih analiz (3) oblikovali brošuro za informiranje o socialnem turizmu, ki je namenjena potencialnim uporabnikom – ponudnikom in turistom – in na osnovi katere smo (4) izvedli delavnice o socialnem turizmu za zainteresirane predstavnike turističnega gospodarstva in druge interesente. Skop »Analiza razvojnih potreb in razvojnih potencialov RS na področju razvoja produktov socialnega turizma« zajema štiri delovne podsčklope in sicer (5) identifikacijo in predstavitev obstoječih podpornih mehanizmov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na seniorski populaciji, (6) analizo obstoječih podpornih sistemov in dobrih praks mehanizmov socialnega turizma v drugih državah, (7) analizo obstoječih izkušenj in dobrih praks mehanizmov za mednarodno izmenjavo v drugih državah. Delovni sklop (8) je bil namenjen preverjanju interesa za produkte socialnega turizma med turističnim gospodarstvom. Vsebinski sklop »Oblikovanje predlogov sistemskih ukrepov na ravni politik« je namenjen (9) pripravi predlogov sistemskih ukrepov sektorskih politik, ki bodo predstavljali pomembno podlago za razvoj področja socialnega turizma v Sloveniji. Sklop z naslovom »Končno poročilo, informiranje in diseminacija« pa je bil namenjen (10) pripravi končnega poročila, (11) študiji izvedljivosti za razvoj in oblikovanje portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma ter nazadnje še (12) načrtu in izvedbi diseminacije rezultatov in izsledkov projekta.

ANG

The main objective of the project was to increase the competitiveness of Slovenian tourism in the field of the social tourism product development. Social tourism is very vague, it is thus very difficult to identify different social tourism programmes or models for ensuring their successful development. Since the potentials of social tourism in Slovenia are not sufficiently exploited, the aim of the project was (1) to analyse social tourism in Slovenia, (2) to analyse the needs and potentials of social tourism product development in Slovenia, (3) to formulate proposals for systemic measures of sector policies, which serve as a basis for the development of competitive social tourism in Slovenia, (4) to develop a prototype portal supporting the development and promotion of social tourism, and finally (5) to inform and disseminate the project results. The work methods that were used are, bibliographic study of literature, research and strategic documents, semi structured interviews with key representatives of the social tourism in Slovenia, and online survey distributed among the relevant stakeholders. The project tasks have been formulated in twelve work packages in four subject areas. In the first subject area "Analysis of the situation in the field of social tourism in Slovenia", the following goals were achieved; (1) a theoretical definition of social tourism, (2) identification and classification of Slovenian social tourism senior programs using existing models of social tourism, and (3) design of a brochure for information on social tourism, which have been

given to potential users – providers and tourists – and which served for (4) workshops on social tourism for interested stakeholders. The second subject area the "Analysis of development needs and potentials of Slovenia in the field of social tourism product development" consisted of four work packages. The following goals were achieved (5) the identification and presentation of existing social tourism support mechanisms in Slovenia, focusing on the senior population, (6) the analysis of existing support systems and good practice of social tourism mechanisms in other countries and (7) the analysis of existing experiences and good practices of mechanisms for international exchanges in other countries. This package (8) also aimed to verify the interest of the tourism industry in social tourism products. The third subject area the "Formulations of proposals for systemic measures at policy level" was oriented towards (9) the preparation of proposals for systemic measures of sector policies, which form an important basis for the development of social tourism in Slovenia. The last work package was "Final Report, Information and Dissemination" aimed for (10) the preparation of the final report, (11) the feasibility study for the development and creation of a portal supporting the development and promotion of social tourism, and finally, (12) implementation and the dissemination of project results.

4. Poročilo o realizaciji predloženega programa dela oz. ciljev raziskovalnega projekta²

Realizirali smo spodaj navedene cilje.

CILJ 1 Poglobljena analiza stanja na področju socialnega turizma v Sloveniji

Delovni sklop 1: Opredelitev socialnega turizma

Teoretično smo opredelili pojav socialnega turizma in pri tem zajeli dejavnike, posledice, modele ter ključne deležnike socialnega turizma.

Delovni sklop 2: Identifikacija in klasifikacija slovenskih seniorskih programov socialnega turizma glede na obstoječe modele/kriterije socialnega turizma

Oblikovali smo Raziskovalni vodnik (priloga 1) za izvedbo intervjujev s ključnimi akterji socialnega turizma na terenu. Osredotočili smo se na (1) zgodovinski razvoj programov in (2) značilnosti programov seniorskega turizma danes. Pri slednjem smo ugotavljali upravičence, dimenzije, organizacijske značilnosti, financiranje in posledice programov za neposredne in posredne uporabnike ter družbo. S pomočjo javno dostopnih virov smo identificirali akterje s katerimi smo izvedli raziskovalne intervjuje: predstavnica Rdečega Križa, predstavnica zavoda in turistične agencije Premiki, predstavnica Sindikata turizma in gostinstva Slovenije, predstavnici Zveze društev upokoencev Slovenije, predstavnica Društva upokoencev Škofja Loka, predstavnik Društva upokoencev Smedela, predstavnica Hotela Delfin, predstavnik turistične agencije Relax in predstavnica Zveze paraplegikov Slovenije.

Delovni sklop 3: Oblikovanje brošure za informiranje o socialnem turizmu med potencialnimi uporabniki – turisti in ponudniki

Oblikovali smo brošuro (priloga 2) za informiranje o socialnem turizmu med strokovno in splošno javnostjo. Brošura je izdana v elektronski ter tiskani obliki in je osnovno komunikacijsko sredstvo o pojavu in koristih socialnega turizma za seniorje v Sloveniji.

Delovni sklop 4: Delavnice med zainteresiranimi predstavniki turističnega gospodarstva in drugimi javnimi ali nevladnimi institucijami

28. oktobra 2016 smo izvedli prvo delavnico interesente in deležnike s področja socialnega turizma. Delavnice se je udeležilo 32 oseb (priloga 5). Delavnica je imela tri delovne sklope: v prvem delu je potekala predstavitev projekta; sledilo je kratko predavanje o socialnem turizmu s predstavitev dobrih praks; v zadnjem delu pa je potekala diskusija/delavnica z udeleženci.

Z drugo delavnico (22.09.2017) smo preverjali razvojne možnosti in ovire socialnega turizma v Sloveniji. Delavnice se je udeležilo 15 oseb (priloga 5). Delavnica je imela tri delovne sklope: (1) v prvem delu je potekala predstavitev projekta, sledilo je predavanje o pojavu socialnega turizma in predstavitev rezultatov študije izvedljivosti portala za razvoj in promocijo socialnega turizma; (2) v drugem delu pa je potekala predstavitev slovenskih programov socialnega turizma in predstavitev rezultatov raziskave o ponudbi turističnih

programov za seniorje, čemur je sledila diskusija/delavnica z udeleženci; (3) zadnji del je bil organiziran kot fokusna skupina, katere ugotovitve smo uporabili kot dopolnitve posameznih vsebin projekta..

CILJ 2 Analiza razvojnih potencialov in razvojnih potreb RS na področju razvoja produktov socialnega turizma, s poudarkom na seniorskem turizmu

Delovni sklop 5: Identifikacija in predstavitev obstoječih podpornih sistemov in mehanizmov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na seniorski populaciji

Opravljen je bil poglobljena analiza podpornih mehanizmov socialnega turizma v Sloveniji s poudarkom na seniorjih. V zvezi s pojavom socialnega turizma smo: (1) pregledali zakonodajo in druge strateške dokumente razvoja turizma v Sloveniji, (2) identificirali ključne institucije in akterje podpore na področju razvoja socialnega turizma za starejše ter (3) identificirali različne oblike podpornih mehanizmov in prilagoditev programov socialnega turizma, ki jih je pri sistemski zastavitvi socialnega turizma potrebno upoštevati. Prilagoditve lahko strnemo v dve večji skupini: 1) na finančne mehanizme podpore v okviru katerega smo identificirali a) mehanizem regresa za letni dopust, b) podporni sistem diskontiranja in obročnega financiranja ter c) (so)financiranje vključevanja v turizem in 2) na druge pomembne podporne mehanizme: a) prilagajanje (komercialne) turistične ponudbe z namenom širšega dostopa starostnikom – dostop do destinacije, prilagoditve programov, in prilagoditve nastanitev ter b) informiranje o programih (socialnega) turizma.

Delovni sklop 6: Analiza obstoječih podpornih sistemov in dobrih praks mehanizmov socialnega turizma v drugih državah

Na področju dobrih praks seniorskega socialnega turizma smo kot posebej zanimive identificirali tri primere programov socialnega turizma - španskega, francoskega in bolgarskega: (1) Španija: IMSERSO počitniški program za seniorje; (2) Francija: Seniorji na počitnicah - Zagotavljanje »all inclusive« počitnic za seniorje z nizkimi dohodki in 'izolirane' seniorje ter (3) Bolgarija: Socialna politika in zdravstveno varstvo za upokojence pri družbi Lukoil. Omenjeni programi izpostavljajo številne in raznolike podporne sisteme kot so npr. izbira specializiranega turističnega podjetja v turizmu (npr. z javnim razpisom) za organizacijo socialno-turistične dejavnosti oz. pripravo socialno-turistične ponudbe in s tem povezanega informiranja upravičencev, delno financiranje programov, oblikovanje nacionalne dimenzije socialno-turističnega programa, zagotavljanje visoke kakovosti storitev in optimalne vrednosti za kupce (kakovostna hotelska nastanitev, dodatne storitve v hotelu, možnost izbire različnih destinacij in datumov odhoda, možnost izbire dolžine potovanja ter široka rezervacijska mreža).

Delovni sklop 7: Analiza obstoječih izkušenj in dobrih praks mehanizmov za mednarodno izmenjavo v drugih državah

V okviru analize izkušenj in dobrih praks mehanizmov za mednarodno izmenjavo smo identificirali dve dobri praksi evropskega socialnega turizma (Calypso study: Compendium of good practices, 2010) obe povezani s Španijo in programi, ki jih izvaja za seniorje. V prvem primeru je predstavljen primer evropskega transnacionalnega programa, ki ga (kot delujoči agent) izvaja Španija in se specifično usmerja v turizem seniorjev, v drugem primeru pa gre za mehanizem bilateralne izmenjave seniorjev med Španijo in Portugalsko, ki poteka pod okriljem širšega programa IMSERSO: (1) Transnacionalni program: Evropski turizem seniorjev (Španija) in (2) IMSERSO transnacionalni program: bilateralna izmenjava seniorjev (Španija in Portugalska)

Delovni sklop 8: Preverjanje interesa za produkte socialnega turizma med turističnim gospodarstvom

Izvedli smo spletno raziskavo med turističnimi organizacijami. Odzvalo se je 75 turistično-hotelskih podjetij oz. organizacij, ki delujejo na področju turizma. Med pomembnejšimi rezultati raziskave lahko izpostavimo, da štiri petine vključenih v raziskavo ponuja turistične proizvode za starejše, pri čemer prednjači ponudba enodnevni izletov (92%), ki jim sledijo večdnevni izleti (49%) in potovanja (27%). Približno tretjino vse turistične ponudbe za starejše vključuje ponudbo počitnic na morju (29 %) oz. v toplicah (33 %) oz. v gorah (31 %). Velik delež ponudbe za starejše predstavljajo počitnice na podeželju (npr. turistične kmetije), ki na rang lestvici ponudbe (s 43 odstotnim deležem) zaseda tretje mesto. Skoraj četrtino vse ponudbe (23 %) namenjene starejšim predstavljajo križarjenja. Zanimivo pa se na področju ponudbe za seniorje pojavlja tudi ponudba oddajanja prilagojene infrastrukture za zunanje izvajalce. Identificirali smo tudi glavne prilagoditve ponudbe socialno-turističnih

programov (npr. trajanje, vsebina, cena, prevoz, ugodnosti za spremljevalce). Komercialni ponudniki pri pripravi socialno-turističnih paketov praviloma sodelujejo z društvi upokojencev (47% jih sodeluje občasno in 30% redno).

CILJ 3 Oblikovanje predlogov sistemskih ukrepov sektorskih politik

Delovni skop 9: Predlogi sistemskih ukrepov na področju razvoja socialnega turizma za seniorje

Oblikovali smo predloge v smeri razvoja produktov socialnega turizma za seniorje, ki se v okviru (1) participativnih in adaptacijskih pobud nanašajo na ranljive skupine seniorjev oz. v okviru (2) inkluzivnih in stimulacijskih pobud na celotno populacijo seniorjev. Sistemski ukrepi na področju razvoja socialnega turizma lahko prispevajo k večjemu vključevanju seniorjev v turizem in k povečevanju dostopnosti turističnih programov za seniorje oz. k povečevanju kakovosti življenja in blaginje starostnikov. Tovrstni ukrepi pa prispevajo tudi k zmanjševanju vplivov sezonskosti na poslovanje turističnih podjetij; k iskanju možnosti mednarodnih izmenjav na tem področju in k ugledu in razvoju slovenskega turizma. Ukrepe smo združili v štiri + 1 vsebinske skupine: (1) ukrepi na področju (so)financiranja programov socialnega turizma (za seniorje); (2) ukrepi na področju definiranja ključnih subjektov in njihovih nalog na področju razvoja, distribucije in promocije programov socialnega turizma; (3) ukrepi na področju definiranja ključnih subjektov in njihovih nalog na področju razvoja, distribucije in promocije programov socialnega turizma; (4) ukrepi na področju vključevanja slovenskih turističnih ponudnikov v evropske programe izmenjave na področju socialnega turizma; (5) predlogi sistemskih ukrepov na ravni politik.

CILJ 4 Študija izvedljivosti in razvoj prototipa portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma na osnovi konceptualnih izhodišč Open innovation platforms (OIP) in Public-private innovation networks in services (PPINS)

Delovni skop 11: Študija izvedljivosti za razvoj in oblikovanje portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma

Izvedli smo študijo izvedljivosti portala "Turizem za vse" (priloga 4). Študijo smo izvedli s pomočjo odzivov različnih deležnikov, ki so se strinjali, da z nacionalnega vidika potrebujemo več razvojnih iniciativ na področju "turizma za vse". Na osnovi zbranih informacij je v sklepnem poglavju študije izvedljivosti povzet nabor nadaljnjih korakov, ki jih je potrebno storiti, da bo na osnovi izkušenj z izdelanim prototipom portala za potrebe socialnega in seniorskega turizma razvita njegova končna, aktivna verzija.

CILJ 5 Informiranje o socialnem turizmu

Delovni skop 10: Poročanje o projektu

Skladno s predlogom projekta in zahtevami naročnika smo pripravili in oddali:

- Vmesno poročilo o projektu (november 2016)
- Specifična pojasnila o poteku projekta (marec 2017)
- Končno poročilo (oktober 2017)

Delovni skop 12: Načrt in izvedba diseminacije rezultatov in izsledkov projekta

Skladno z načrtom diseminacije rezultatov, so bile izvedene sledeče dejavnosti (objavljene tudi spletnem portalu projekta - <http://www.turizemzavse.si/>):

- Izdali in distribuirali brošuro z informacijami o socialnem turizmu;
- Objavili poljudne in promocijske prispevke v tiskanih in spletnih medijih
- Izvedli smo promocijski in izobraževalni srečanja (priloga 3) z deležniki in interesenti za socialni turizem s poudarki na seniorjih.
- Oblikovali in objavili pilotni spletni portal za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma.
- Izvedli tiskovni konferenci (priloga 3).
- Projekt in rezultate predstavili na dveh mednarodnih znanstvenih konferencah.

Z diseminacijo rezultatov in promocijo projekta pa nadaljujemo tudi po zaključku projekta. V pripravi je več člankov predvidenih za objavo v mednarodnih znanstvenih revijah v prvi polovici leta 2018.

5. Ocena stopnje realizacije programa dela na raziskovalnem projektu in zastavljenih raziskovalnih ciljev³

Projekt ni zastavil centralne raziskovalne hipoteze ampak je bil nastavljen eksplorativno z namenom, da se analizirajo in predstavijo značilnosti in priložnosti za razvoj socialnega turizma, s poudarkom na seniorjih, v RS. Kot je razvidno smo izvedli vse zastavljene cilje, ugotavljamo pa, da bi lahko v proces analize dejavnikov razvoja socialnega turizma bilo vključenih več deležnikov. Interes med deležniki variira in posledično tudi njihova odzivnost na pobude in razprave o smernicah razvoja tovrstnega turizma v RS. Ključna dejavnika, ki sta vplivala na vključevanje deležnikov sta tudi finančni in časovni okvir projekta. Navkljub temu ocenjujemo, da smo z doseženo odzivnostjo zbrali ključno maso deležnikov s katerimi stike vzdržujemo tudi danes. Predviden termin trajanja projekta je gotovo dobra osnova za promocijo pomena, oblik in vloge socialnega turizma pri dvigu kakovosti življenja seniorjev in posledično tudi vplivov njihovega turističnega udejstvovanja na turistično gospodarstvo. Diseminacija rezultatov projekta še poteka s čimer zagotavljamo nadaljevanje javnega diskurza v smeri razvoja socialnega turizma za seniorje v RS.

V celoti smo realizirali zastavljen program dela na raziskovalnem projektu in tudi spodaj navedene raziskovalne cilje:

1. Končno poročilo študije stanja, razvojnih potencialov in potreb na področju socialnega turizma
2. Izdelana brošura z informacijami o socialnem turizmu
3. Izoblikovani predlogi sistemskih ukrepov na ravni politik
4. Oblikovan prototip portala za podporo in razvoj socialnega turizma
5. Izvedene delavnice o socialnem turizmu med zainteresiranimi predstavniki turističnega gospodarstva oz. drugimi javnimi ali nevladnimi institucijami
6. Tiskovna konferenca ob zaključku projekta

6. Spremembe programa dela raziskovalnega projekta oziroma spremembe sestave projektne skupine⁴

Odstopanj od oziroma sprememb predvidenega programa dela raziskovalnega projekta, zapisanega v prijavi raziskovalne projekta, ni bilo. Bila pa je spremenjena sestava projektne skupine v zadnjem letu izvajanja projekta. Ta sprememba se je zgodila zaradi statusnih sprememb projektne partnerje. Znanstveno-raziskovalno središče Koper (ZRS) je namreč v zadnjem letu trajanja projekta izstopil iz članstva Univerze na Primorskem in posledično je bilo potrebno zamenjati vodjo raziskovalne skupine. Dotedanja vodja raziskovalnega projekta, dr. Mateja Sedmak je namreč zaposlena na ZRS, zato je vodenje projekta 1.4.2017 prevzel Emil Juvan (PhD, Avstralija), ki je matično zaposleni visokošolski učitelj in raziskovalec pri Nosilni raziskovalni organizaciji projekta.

Sestava projektne skupine:

Izr. prof. dr. Mateja Sedmak – vodja projekta od 15.10.2015 do 31.12.2016
 doc. Emil Juvan, PhD, Avstralija – vodja projekta od 1.4.2017 do 15.10.2017
 mag. Zorana Medarić, viš. pred.
 doc. dr. Janja Gabruč
 doc. dr. Dejan Križaj
 doc. dr. Mojca Kompara
 prof. dr. Anton Gosar
 dr. Tjaša Žakelj
 Asta Domijan – strokovna sodelavka

7. Najpomembnejši dosežki projektne skupine na raziskovalnem področju⁵

		Dosežek	
1.	COBISS ID	1539066052	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Koristi socialnega turizma za seniorje
		ANG	Social tourism benefits for seniors
		Fokus raziskave je bil usmerjen v analizo ključnih koristi programov socialnega turizma za slovenske seniorje in sicer z vidika ključnih deležnikov, ki delujejo na tem področju. V prispevku so predstavljeni	

		Dosežek	
Opis	SLO	preliminarni rezultati projekta Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na programih za seniorje. Glede na stališča deležnikov lahko koristi, ki jih počitnice prinašajo za seniorje v splošnem razdelimo v tri skupine: 1) družabnost in socialna vključenost; 2) zdravje in 3) izobraževanje oziroma širjenje obzorij. Koristi se medsebojno povezujejo in jih je težko ločiti eno od druge	
	ANG	The focus of research was to analyse the main benefits social tourism brings for older people in Slovenia, as perceived by the stakeholders involved in social tourism for seniors. The paper presents the preliminary results project Identification, classification and potential of development of social tourism products in Slovenia, with an emphasis on programs for seniors. The result of qualitative research among different actors dealing with social tourism for elderly in Slovenia are presented. The benefits of holidays for the elderly as recognised by the stakeholders are various and can be generally grouped in three clusters: 1) sociability and social inclusion; 2) health and 3) education and horizon broadening. Nevertheless, these benefits are interconnected and difficult to separate one from another.	
Objavljeno v		Turistica; Academica turistica; 2016; Year 9, no. 2; str. 113-117; Avtorji / Authors: Medarič Zorana, Gabruč Janja, Sedmak Mateja	
Tipologija		1.03 Kratki znanstveni prispevek	
2.	COBISS ID	1539065540	Vir: COBISS.SI
Naslov	SLO	Več-kanalno financiranje programov socialnega turizma: primer Zveze prijateljev mladine Slovenije	
	ANG	Multi-channel funding of social tourism programs : the case of the Association of Friends of Youth	
Opis	SLO	Namen prispevka je predstaviti sistem financiranja socialnega turizma, bolj natančno definirati glavne mehanizme/kanale financiranja ter obstoječe vrste, obseg in trende na področju financiranja programov otroških letovanj. V prispevku so predstavljene ugotovitve pojasnjevalne, kvalitativne raziskave, ki smo jo opravili na osnovi pridobljenih dokumentarnih gradiv in opravljenega intervjuja s predstavnico Zveze prijateljev mladine Slovenije (ZPMS), ki se ukvarja z organizacijo in izvedbo programov socialnega turizma. Rezultati raziskave kažejo, da zbiranje finančnih sredstev postaja osrednja naloga organizacije. Sistem financiranja je zelo kompleksen in sestavljen iz šestih različnih kanalov financiranja – prispevki staršev, sredstva Fundacije za financiranje invalidskih in humanitarnih organizacij (FIHO), sredstva Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS), prispevki občin, humanitarna sredstva in lastna sredstva organizacije. Financiranje teče dvotirno in sicer v infrastrukturo letovišč in v programe otroških letovanj. Rezultati raziskave kažejo, da gre trend financiranja vse bolj v smeri financiranja usmerjenega v upravičence in drugič, težišče financiranja programov se prenaša iz sredstev staršev in javnih sredstev na sredstva pridobljena iz humanitarnih akcij, kjer organizacija razvija dolgoročna javno-privatna partnerstva.	
	ANG	The aim of this research is to present the social tourism funding system, more specifically to define the main funding mechanisms/channels and existing types, scope, and trends in the funding of children's summer holiday programs. The paper presents explanatory findings and qualitative research based on documents obtained and interviews conducted with a representative of the Slovenian Association of Friends of Youth (afy), which deals with the organization and implementation of social tourism programs. The results of the research highlight that fundraising is becoming the central task undertaken by the organization. The system of funding is very complex and comprised of six different	

	Dosežek	
		channels: parent's contribution, Foundation for the Funding of Invalid Humanitarian Organizations (fiho) funds, The Health Insurance Institute of Slovenia (hiis) funds, community contributions, charity funds and the organization's own funds. The findings of the study show that both infrastructure-oriented funding and beneficiary-oriented funding (co)exist in the organization. The research indicates that the trend is moving towards beneficiary-oriented funding and secondly, from parents and public funding to charity funding where the organization is developing long-term public-private partnerships
	Objavljeno v	Turistica; Academica turistica; 2016; Year 9, no. 2; str. 97-105; Avtorji / Authors: Gabruč Janja
	Tipologija	1.03 Kratki znanstveni prispevek
3.	COBISS ID	1539366084 Vir: vpis v obrazec
	Naslov	SLO Socialni turizem za seniorje v Sloveniji
		ANG Social tourism for seniors in Slovenia
	Opis	<p>V prispevku so predstavljeni preliminarni rezultati projekta Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na programih za seniorje. Ugotovitve raziskave pričajo o obstoju raznolikih seniorskih socialno-turističnih programov v Sloveniji, ki jih lahko klasificiramo glede na obstoječe modele socialnega turizma – inkluzivni model, participativni model, adaptacijski model in stimulacijski model. Ti modeli so medsebojno povezani in prepleteni. Raziskava je identificirala velik pomen prilagoditev socialno-turističnih proizvodov glede na specifične potrebe in okoliščine upravičencev/seniorjev kot so; (1) cenovna dostopnost programov - stroškovno-učinkoviti socialno-turistični produkti kot so cenovno ugodni domači enodnevni izleti ali diskonitrani tedenski ali dvo-tedenski počitniški programi z ugodnimi plačilnimi pogoji, organiziranimi v nizki sezoni; (2) dostopnost v smislu (so)financiranja programov skozi humanitarne programe, programe socialne rehabilitacije oziroma programe društev upokojencev, (3) dostopnost v smislu dodatnih storitev/prilagoditev programov, ki zmanjšujejo stopnjo negotovosti kot so potovalni spremljevalec, prilagoditve prevoza in vsebine programov in (4) dostopnost v smislu prilagojene infrastrukture na destinaciji in namestitvenih kapacitet pri ponudnikih</p>
		The paper presents the preliminary results project Identification, classification and potential of development of social tourism products in Slovenia The findings of the study indicate that diverse social tourism products for senior exist in Slovenia and they could be classified according to existing models of social tourism – inclusion model, participation model, adaptation model and stimulation model. Importantly, these models are interconnected and difficult to separate one form another. The research has highlighted also the importance of the adjustments of the different social tourism products to suit specific circumstances of the beneficiaries such as; (1) affordability of the product in terms of price - cost-effective social tourism product - such us cheap domestic day trips or discounted annual (week to two-week) holidays with favorable payment terms organized in low season; (2) accessibility of the products in terms of (co)funding of the social tourism products through humanitarian programs, follow up/social rehabilitation programs and pensioners association programs; (3) accessibility of the products in terms of special services adjustments to reduce levels of uncertainty such us traveling companion, bus-transportation adjustment and program adjustments and (4) accessibility of the product in terms of specially adjusted infrastructure at the destination as well as adjustet accomotation capacities.
	Objavljeno v	Prispevek na konferenci brez natisa (INVITOUR, Aveiro Portugalska)
	Tipologija	1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci

8. Najpomembnejši dosežek projektne skupine na področju gospodarstva, družbenih in kulturnih dejavnosti⁶

		Dosežek	
1.	COBISS ID		Vir: vpis v obrazec
	Naslov	SLO	Študija izvedljivosti in razvoj prototipa portala socialnega turizma »Turizem za vse«
		ANG	Feasibility Study and Development of the Prototype of the Social Tourism Portal "Tourism for All"
	Opis	SLO	V sklopu projekta je bila izvedena študija izvedljivosti portala "Turizem za vse". Študijo smo izvedli s pomočjo odzivov različnih deležnikov, ki so se strinjali, da z nacionalnega vidika potrebujemo več razvojnih iniciativ na področju "turizma za vse". Na osnovi zbranih informacij, je bil v okviru študije izdelan prototip in predlagan nabor nadaljnjih korakov, ki jih je potrebno storiti, da bo na osnovi izkušenj z izdelanim prototipom portala za potrebe socialnega in seniorskega turizma razvita njegova končna, aktivna verzija.
		ANG	Within the project, a feasibility study on the "Tourism for All" portal was also conducted. The study was carried out with the help of the responses of various stakeholders who agreed that from a national point of view we need more development initiatives in the field of "tourism for all". Based on the collected information, a prototype was produced as part of the study and a set of further steps to be undertaken to make it necessary to develop its final, active version based on experience with the prototype of the portal for the needs of social and senior tourism.
	Šifra	F.08	Razvoj in izdelava prototipa
	Objavljeno v	Objava na spletni strani o https://projects.invisionapp.com/share/CNA8093RJ#/screens/216463766	
Tipologija	3.25 Druga izvedena dela		
2.	COBISS ID		Vir: vpis v obrazec
	Naslov	SLO	Svetovalna dejavnost za razvoj programov socialnega turizma v turističnem gospodarstvu
		ANG	Consultancy for developing social tourism programmes in the tourism industry.
	Opis	SLO	S podjetjema Zdravilišče debeli Rtič in Dom Paraplegikov Pacug smo razvijali ideje za prilagajanje obstoječih storitev področju socialnega turizma s poudarkom za seniorje. Prijavili smo tudi projekta Prenos znanja v prakso (Po kreativni poti do praktičnega znanja) v okviru katerih bomo povezovali študente, gospodarstvo in raziskovalce v procesu izboljšanja načrtovanja, promocije, dostopa in izvajanja posebnih programov socialnega turizma za seniorje.
		ANG	Project team has teamed up with Youth and Health Resort Debeli Rtič and Dom paraplegikov Pacug with the aim of improving existing and developing new programs of social tourism for seniors. Both companies agreed to participate in project proposals for networking students, industry and researchers in a project "Creatively to practical knowledge). The aims of both projects (financed by Public Scholarship, Development, Disability and Maintenance Fund of the Republic of Slovenia) will work towards planing, development, promotion, accessibility and execution of seniors social tourism programs.
	Šifra	F.12	Izboljšanje obstoječe storitve
	Objavljeno v	Ni objavljeno	
Tipologija	3.25 Druga izvedena dela		

	Dosežek	
3.	COBISS ID	1539067844 Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO Socialni turizem v Sloveniji v primerjavi z nekaterimi evropskimi državami ANG Social tourism in Slovenia and some other European countries
	Opis	SLO Naloga preučuje socialni turizem, njegove koristi za uporabnike in družbo, programe in oblike organiziranosti v različnih evropskih državah. V nalogi je tako strokovno ocenjen socialni turizem v Veliki Britaniji, Franciji, Danski, na Irskem in v Sloveniji. Avtorica primerja različne pristope k socialnemu turizmu in na tej osnovi oblikuje predloge k učinkovitejšemu delovanju socialnega turizma v Sloveniji. ANG The final thesis is dealing with social tourism, its benefits for users as well as society, its programs and organization forms in different European countries. In this work, the professional assesment of social tourism in Great Britain, France, Denmark, Ireland and Slovenia is implemented. The author compares different approaches to social tourism and on this basis forms proposals for a more efficient functioning of social tourism in Slovenia.
	Šifra	F.30 Strokovna ocena stanja
	Objavljeno v	[T. Boršič]; 2016; VI, 50 f.; Avtorji / Authors: Boršič Tina
	Tipologija	2.11 Diplomsko delo
4.	COBISS ID	1538392516 Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO Programi socialnega turizma ANG Social tourism programmes
	Opis	SLO Naloga v teoretskem delu povzame relevantno literaturo s področja socialnega turizma. Glavni raziskovalni cilj diplomskega dela pa je pridobiti informacije o programih in koristih socialnega turizma na konkretnem primeru Term 3000 v Moravskih toplicah in jih strokovno oceniti. ANG In the theoretical part of diploma thesis the relevant literature in the area of social tourism is summarized. While the main purpose of the empirical part was to study social tourism programs and their benefits in case study of Terme 3000 in Moravske toplice and professionally evaluate the programs.
	Šifra	F.30 Strokovna ocena stanja
	Objavljeno v	[A. Lovenjak]; 2016; IV, 46 str., [3] str. pril.; Avtorji / Authors: Lovenjak Alen
	Tipologija	2.11 Diplomsko delo

9. Drugi pomembni rezultati projektne skupine⁷

Med drugimi pomembnimi rezultati projekta izpostavljam povečanje zanimanja za pojav socialnega turizma, seniorjev in drugih družbenih skupin. Povečano zanimanje se kaže med študenti, ki si želijo proučevati in razvijati socialni turizem za različne uporabnike. Povečano zanimanje pa opažamo tudi med gospodarstvom, ki si želi srečanj na temo priložnosti razvoja socialnega turizma v Sloveniji. Izvedli smo več individualnih srečanj s pogovori o možnostih financiranja zagona portala socialnega turizma, ki smo ga razvili kot prototip v okviru projekta. Kot pomemben rezultat projekta lahko izpostavimo tudi razvoj treh projektnih idej s področja socialnega turizma, ki smo prijavi v času trajanja projekta. Partnerji na projektih prihajajo iz vrst komercialnih in nekomercialnih ponudnikov socialnega turizma s katerimi smo spletli vezi prav (razvoj partnerstev) v času trajanja projekta. V sodelovanju z omenjenimi institucijami smo prijavi dva študentska projekta, na podlagi rezultatov projekta pa dodatno še en temeljni raziskovalni projekt: • Študentski inovativni projekt z naslovom Razvoj učne baze za delo z (ranljivimi) skupinami otrok v turizmu, • Po kreativni poti do znanja z naslovom Razvoj učne baze za delo z gibalno oviranimi osebami v

turizmu • Temeljni raziskovalni projekt – Turizem za bolj kakovostno življenje: model ponudbe in povpraševanja socialnega seniorskega turizma! Naslednji pomemben rezultat projekta je povezan s sodelovanjem glavne raziskovalne organizacije (UP FTŠ Turistica) s ponudniki programov socialnega turizma pri izvedbi študijske prakse: dva ponudnika sta razpisala prosta mesta za študijsko prakso in možnosti zaposlovanja (študentsko delo, sezonsko delo).

10. Pomen raziskovalnih rezultatov projektne skupine⁸

10.1. Pomen za razvoj znanosti⁹

SLO

Socialni turizem je relativno nov koncept brez ustreznih in potrebnih znanstvenih oziroma teoretičnih podlag in s šibkim interesom akademske skupnosti po znanstveni obravnavi fenomena seniorskega socialnega turizma. Obstajajo zasnove koncepta socialni turizem, ki pa trpijo zaradi neusklajene definicije oziroma operacionalizacije le-te v znanosti. Posledično je eden od ključnih prispevkov projekta znanosti že v naslavljanju teme in celoviti obravnavi socialnega turizma. V okviru projekta so bili identificirani novi in empirično podprti že poznani kriteriji/značilnosti za klasifikacijo različnih programov socialnega turizma s čimer smo dopolnili obstoječe evropske modele socialnega turizma in njihove dimenzije. Poleg tega smo prvič identificirali in klasificirali programe in produkte socialnega turizma namenjeni starejšim v Sloveniji in na enem mestu zbrali programe in dobre prakse socialnega turizma, gre torej za oblikovanje pomembne baze podatkov, ki lahko usmerjajo znanstvene pristope k proučevanju socialnega turizma za seniorje. Pomemben prispevek predstavlja tudi terminološka in vsebinska opredelitev koncepta socialni turizem v slovenskem jeziku in prostoru. Opredelitve in definicije konceptov so ključna dimenzija konceptualizacije in teoretičnega utemeljevanja. Projekt je torej dopolnil obstoječa znanstvena dognanja s področja socialnega turizma, ki so postavljena v kontekst Slovenije. Poleg definicije smo identificirali tudi ključne dejavnike trženjskega spleta seniorskega socialnega turizma, ki lahko usmerjajo znanstveno proučevanje trženjskega spleta in posledično razlago povezanosti in odvisnosti socialnega seniorskega turizma in dejavnikov, ki znanstveno utemeljeno in dokazano, vplivajo na razvoj turizma in vplive turizma na življenje ljudi (v primeru starejših). Rezultati projekta predstavljajo strokovne podlage za službe, ki se pri svojem delu srečujejo z različnimi vidiki socialnega turizma in so zainteresirane ter odgovorne za razvoj kakovostnega življenja starejše populacije in turističnega gospodarstva.

ANG

Social tourism is a relatively new concept lacking appropriate scientific and theoretical support with relatively weak interest of academic and scientific community for studying the phenomenon of social tourism. Various conceptualizations exist but their usability suffers due to unsystematic operationalization of the definition for research purposes. In line with this, one of the key contributions of the project lays in addressing the topic of senior social tourism and its systematic holistic study. The project identified new and empirically supported the existing drivers and characteristics of senior social tourism needed for conceptualizing various forms of senior social tourism programs. This helps extending and validating the exiting models of social tourism and their dimensions. In addition, this is the first time programs and products of senior social tourism were identified in Slovenia and presented in one piece. This represents an important repository of data on social senior tourism which can guide future theoretical and applied research into this phenomenon. Another important contribution is terminological and content related definition of the senior social tourism in Slovenian language in environment; defining concepts in a key dimension for valid research and theory building. Thus, the project upgraded existing scientific knowledge about senior social tourism, this time placed in the context of Slovenia. In addition, key dimensions and concepts of senior social tourism marketing mix were identified, which can guide further scientific investigation into the drivers, dimensions and impacts of senior social tourism on tourists, senior citizens and tourism industry. Lastly, the project results are useful support for professionals and governmental institutions that are interested and responsible for the quality life of senior citizens and tourism industry.

10.2. Pomen za razvoj Slovenije¹⁰

SLO

Rezultati projekta imajo neposreden in posreden pomen za gospodarstvo in starejšo populacijo Slovenije. Projektni rezultati predstavljajo osnovo za razvoj učinkovitejših politik na področju socialnega turizma, ki so v skladu tudi s smernicami aktualne Strategije razvoja slovenskega turizma. Projekt predstavlja temelj za razvoj področja socialnega turizma, ki lahko ima neposreden vpliv na povečevanje konkurenčnosti slovenskega turizma oz. povečanje domače turistične potrošnje: socialni turizem namreč prinaša številne ekonomske koristi, pri čemer naj izpostavimo predvsem spodbujanje gospodarske rasti, zmanjševanje vplivov sezonskosti na poslovanje, ohranjanje zaposlitev in generiranje novih zaposlitev v turizmu ter omogočanje razvoja regij. Rezultati projekta lahko pozitivno vplivajo na povečanje konkurenčnosti slovenskega turizma tudi z spodbujanjem razvoja novih inovativnih programov socialnega turizma – v smislu večje specializacije ponudbe, višanja kakovosti/prilagojenosti turističnih storitev oz. s spodbujanjem razvoja obstoječih in novih programov ter ponudnikov socialnega turizma, podprtih z ustreznimi podpornimi mehanizmi in mehanizmi financiranja (razvoj socialnega podjetništva). Socialni turizem prinaša potencial tudi za razvoj mehanizmov mednarodne izmenjave, ki dolgoročno prav tako lahko prinašajo gospodarsko rast. Projektni rezultati so relevantni z več vidikov tudi za širšo družbo, predvsem v smislu zviševanja kakovosti življenja posameznikov in družbene blaginje. Razvoj socialnega turizma v Sloveniji na ravni posameznikov, udeležencev socialnega turizma, omogoča povečevanje neodvisnosti, višjo stopnjo zadovoljstva, občutja lastne vrednosti, možnosti osebnega razvoja, boljšega duševnega in telesnega zdravja in drugih pozitivnih učinkov. Vse navedeno zmanjšuje tudi potencialne stroške zdravstvene blagajne, saj socialni turizem v tem smislu deluje preventivno in je kot tak (lahko) tudi ekonomsko utemeljen. Vse to pa prinaša tudi družbene koristi v smislu povečevanja družbene kohezije, kakovosti življenja in družbene blaginje nasploh. Socialni turizem dolgoročno omogoča zmanjševanje družbene neenakosti in spodbujanje socialne vključenosti – socialni turizem pripomore k večji družbeni stabilnosti, preprečuje družbene anomalije in odklone. Prav tako se zgoraj omenjeni pozitivni družbeno ekonomski učinki, kot je na primer podaljševanje turistične sezone, ustvarjanje in ohranjanje delovnih mest, razvoj regij oziroma turističnih destinacij, zmanjšana fluktuacija zaposlenih itd. reflektirajo tudi v izboljšani družbeni blaginji.

ANG

The project results are of direct and indirect relevance for the economy and senior population of Slovenia. The project results form the basis for the development of effective policies in the field of social tourism, which is also coincide with the guidelines of the current Strategy for the development of Slovenian tourism. The project form the basis for the development of social tourism, which have a direct impact on enhancing national competitiveness and competitiveness of Slovenian tourism: social tourism brings numerous economic benefits, especially the stimulation of economic growth, reduction of the impact of seasonality on operations, maintenance of employment, the generation of new jobs in tourism, and enables the development of the regions. The project results have an impact on the increase of competitiveness of Slovenian tourism by promoting development of a new and innovative social tourism programmes/products in terms of specialised offers, higher quality and adjustments of tourist services and encouraging development of existing and new social tourism programmes and providers (commercial and non-commercial), supported with the appropriate support and funding mechanisms (the development of national system of social tourism). Social tourism has the potential to develop mechanisms of international exchange, which can also bring long term economic growth. The project results are relevant in many aspects also for society as a whole, especially in terms of raising the quality of life of individuals and social prosperity. With regards to individuals who participate in social tourism, the development of the field in Slovenia, at the level of individuals, participants in social tourism, allows for increased independence, a higher degree of satisfaction, feelings of selfworth, opportunities for personal development, better mental and physical health, as well as other positive effects. All of the aforementioned also reduce the potential costs to the health insurance fund as in social tourism acts preventively and as such (can) also be economically justified. This also brings social benefits such as increasing social cohesion, quality of life and general public welfare. Planned longterm social tourism reduces social inequalities and promotes social inclusion social tourism contributes to greater social stability and prevents social anomalies and deviations. Additionally, these positive socioeconomic effects, such as the prolongation of the tourist season, creation and preservation of jobs, development of regional and tourist destinations, reduced employee

turnover, etc. reflect in improved social welfare.

11. Vpetost raziskovalnih rezultatov projektne skupine

11.1. Vpetost raziskave v domače okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

1 v domačih znanstvenih krogih

2 pri domačih uporabnikih

Kdo (poleg sofinancerjev) že izraža interes po vaših spoznanjih oziroma rezultatih?^{1.1}

Interes za sodelovanje izražajo komercialni in nekomercialni ponudniki socialnega turizma, študentje dodiplomskih in podiplomskih programov turizma, ki področje socialnega turizma vključujejo v študentske projekte. Interes pa izražajo tudi druge izobraževalne organizacije (pod okvirom UP), ki prijavljajo študentske projekte s področja socialnega turizma.

11.2. Vpetost raziskave v tuje okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

1 v mednarodnih znanstvenih krogih

2 pri mednarodnih uporabnikih

Navedite število in obliko formalnega raziskovalnega sodelovanja s tujini raziskovalnimi inštitucijami:^{1.2}

Tovrstnega konkretnega sodelovanja še ni, a obstaja velika verjetnost da pride do prenosa rezultatov projekta v tuje okolje. Sodelavci na projektu v okviru mednarodne mreže UP FTŠ širimo idejne zasnove za znanstvene in aplikativne projekte s področja socialnega turizma, ne zgolj seniorjev, pač pa vseh potencialnih uporabnikov tega socialnega turizma.

Kateri so rezultati tovrstnega sodelovanja:^{1.3}

Tovrstnih rezultatov še ni, a so v teku razgovori za izvedbo mednarodnih raziskav in projekta s področja socialnega turizma predvsem s partnerji v ZDA, na Hrvaškem, Češkem, Slovaškem in Poljskem.

12. Označite, katerega od navedenih ciljev ste si zastavili pri projektu, katere konkretne rezultate ste dosegli in v kakšni meri so doseženi rezultati uporabljeni

Cilj	
F.01	Pridobitev novih praktičnih znanj, informacij in veščin
	Zastavljen cilj <input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/> NE
	Rezultat <input type="text" value="Dosežen"/>
	Uporaba rezultatov <input type="text" value="Uporabljen bo v naslednjih 3 letih"/>
F.02	Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
	Zastavljen cilj <input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/> NE
	Rezultat <input type="text" value="Dosežen"/>
	Uporaba rezultatov <input type="text" value="Uporabljen bo v naslednjih 3 letih"/>
F.03	Večja usposobljenost raziskovalno-razvojnega osebja
	Zastavljen cilj <input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/> NE

	Rezultat	Dosežen
	Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih
F.04	Dvig tehnološke ravni	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen bo v naslednjih 3 letih
	Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih
F.05	Sposobnost za začetek novega tehnološkega razvoja	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	
	Uporaba rezultatov	
F.06	Razvoj novega izdelka	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	
	Uporaba rezultatov	
F.07	Izboljšanje obstoječega izdelka	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen
	Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih
F.08	Razvoj in izdelava prototipa	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen
	Uporaba rezultatov	V celoti
F.09	Razvoj novega tehnološkega procesa oz. tehnologije	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	
	Uporaba rezultatov	
F.10	Izboljšanje obstoječega tehnološkega procesa oz. tehnologije	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	
	Uporaba rezultatov	
F.11	Razvoj nove storitve	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	
	Uporaba rezultatov	
F.12	Izboljšanje obstoječe storitve	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen bo v naslednjih 3 letih
	Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih

F.13	Razvoj novih proizvodnih metod in instrumentov oz. proizvodnih procesov	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.14	Izboljšanje obstoječih proizvodnih metod in instrumentov oz. proizvodnih procesov	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.15	Razvoj novega informacijskega sistema/podatkovnih baz	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen bo v naslednjih 3 letih <input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih <input type="text"/>
F.16	Izboljšanje obstoječega informacijskega sistema/podatkovnih baz	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.17	Prenos obstoječih tehnologij, znanj, metod in postopkov v prakso	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen <input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	Delno <input type="text"/>
F.18	Posredovanje novih znanj neposrednim uporabnikom (seminarji, forumi, konference)	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen <input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	Delno <input type="text"/>
F.19	Znanje, ki vodi k ustanovitvi novega podjetja ("spin off")	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.20	Ustanovitev novega podjetja ("spin off")	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.21	Razvoj novih zdravstvenih/diagnostičnih metod/postopkov	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>

F.22 Izboljšanje obstoječih zdravstvenih/diagnostičnih metod/postopkov		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.23 Razvoj novih sistemskih, normativnih, programskih in metodoloških rešitev		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	Dosežen <input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih <input type="text"/>	
F.24 Izboljšanje obstoječih sistemskih, normativnih, programskih in metodoloških rešitev		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.25 Razvoj novih organizacijskih in upravljavskih rešitev		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.26 Izboljšanje obstoječih organizacijskih in upravljavskih rešitev		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.27 Prispevek k ohranjanju/varovanje naravne in kulturne dediščine		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.28 Priprava/organizacija razstave		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.29 Prispevek k razvoju nacionalne kulturne identitete		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	<input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	<input type="text"/>	
F.30 Strokovna ocena stanja		
Zastavljen cilj	DA DA NE NE	
Rezultat	Dosežen <input type="text"/>	
Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih <input type="text"/>	
F.31 Razvoj standardov		

	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.32	Mednarodni patent	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.33	Patent v Sloveniji	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.34	Svetovalna dejavnost	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	Dosežen <input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	Uporabljen bo v naslednjih 3 letih <input type="text"/>
F.35	Drugo	
	Zastavljen cilj	DA DA NE NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>

Komentar

Projekt je ocenil stanje in prispeval k nadgradnji strokovnega znanja pa tudi znanstvenih spoznanj s področja socialnega turizma (ponudbe in povpraševanja) in s tem usmerja informacije in veščine za razvoj te oblike turizma. Zaposleni pri raziskovalnih organizacijah so se s pojavom socialnega turizma prej srečevali parcialno, v sklopu projekta pa so povečali svojo usposobljenost tako na področju socialnega turizma in metodologije primerne za analizo in razvoj te oblike turizma, na celovit način. Znanje in izkušnje so se prenašale v gospodarstvo, že med časom trajanja projekta in s tem prispevale k izboljšanju storitev, infrastrukture in znanj s področja marketinškega spleta socialnega turizma seniorjev. Sodelujoči na projektu so z deležniki izvedli več srečanj na katerih so se pogovarjali o priložnostih na področju socialnega turizma in tako deležnikom svetovali o tem kako izboljšati svoje storitve v smeri zagotavljanja povpraševanja seniorjev, ki spadajo v skupino socialnega turizma. Projekt je rezultiral v izdelavi prototipa spletnega portala, ki predstavlja dvig tehnološke ravni komuniciranja med deležniki na področju socialnega turizma. Predvidoma se bo prototip razvil v informacijsko podatkovno bazo za povezovanje ponudbe in povpraševanja na področju socialnega turizma, sprva med seniorji kasneje pa tudi med drugimi skupinami socialnih turistov. Z delavnicami in drugimi oblikami vključevanja deležnikov smo poskrbeli za prenos znanja v gospodarstvo, hkrati pa omogočili, da gospodarstvo opozori na manko v znanju, ki zavira razvoj področja socialnega turizma. Kot rezultat projekta smo prav tako razvili predloge sistemskih ukrepov za razvoj socialnega turizma v RS.

13. Označite potencialne vplive oziroma učinke vaših rezultatov na navedena področja

	Vpliv	Ni vpliva	Majhen vpliv	Srednji vpliv	Velik vpliv
G.01	Razvoj visokošolskega izobraževanja				

G.01.01.	Razvoj dodiplomskega izobraževanja	1	2	3	4	
G.01.02.	Razvoj podiplomskega izobraževanja	1	2	3	4	
G.01.03.	Drugo:	1	2	3	4	
G.02	Gospodarski razvoj					
G.02.01	Razširitev ponudbe novih izdelkov/storitev na trgu	1	2	3	4	
G.02.02.	Širitev obstoječih trgov	1	2	3	4	
G.02.03.	Znižanje stroškov proizvodnje	1	2	3	4	
G.02.04.	Zmanjšanje porabe materialov in energije	1	2	3	4	
G.02.05.	Razširitev področja dejavnosti	1	2	3	4	
G.02.06.	Večja konkurenčna sposobnost	1	2	3	4	
G.02.07.	Večji delež izvoza	1	2	3	4	
G.02.08.	Povečanje dobička	1	2	3	4	
G.02.09.	Nova delovna mesta	1	2	3	4	
G.02.10.	Dvig izobrazbene strukture zaposlenih	1	2	3	4	
G.02.11.	Nov investicijski zagon	1	2	3	4	
G.02.12.	Drugo:	1	2	3	4	
G.03	Tehnološki razvoj					
G.03.01.	Tehnološka razširitev/posodobitev dejavnosti	1	2	3	4	
G.03.02.	Tehnološko prestrukturiranje dejavnosti	1	2	3	4	
G.03.03.	Uvajanje novih tehnologij	1	2	3	4	
G.03.04.	Drugo:	1	2	3	4	
G.04	Družbeni razvoj					
G.04.01	Dvig kvalitete življenja	1	2	3	4	
G.04.02.	Izboljšanje vodenja in upravljanja	1	2	3	4	
G.04.03.	Izboljšanje delovanja administracije in javne uprave	1	2	3	4	
G.04.04.	Razvoj socialnih dejavnosti	1	2	3	4	
G.04.05.	Razvoj civilne družbe	1	2	3	4	
G.04.06.	Drugo:	1	2	3	4	
G.05.	Ohranjanje in razvoj nacionalne naravne in kulturne dediščine in identitete	1	2	3	4	
G.06.	Varovanje okolja in trajnostni razvoj	1	2	3	4	
G.07	Razvoj družbene infrastrukture					
G.07.01.	Informacijsko-komunikacijska infrastruktura	1	2	3	4	
G.07.02.	Prometna infrastruktura	1	2	3	4	
G.07.03.	Energetska infrastruktura	1	2	3	4	
G.07.04.	Drugo:	1	2	3	4	

G.08.	Varovanje zdravja in razvoj zdravstvenega varstva	1	2	3	4	
G.09.	Drugo:	1	2	3	4	

Komentar

Vplivi projekta so več stopenjski in široki. Pri vodilni raziskovalni organizaciji se pripravljajo vsebine za poučevanje seniorskega (in drugih) oblik socialnega turizma kot samostojne učne enote na dodiplomskem in podiplomskem nivoju. S povečanjem javnega diskurza o vseh vidikih seniorskega socialnega turizma se predvideva tudi povečan interes za vključevanje tega družbenega pojava tudi v druge dodiplomske in podiplomske programe (npr. socialno delo, gerontologija, ipd.). Vsekakor ima projekt lahko raznolike vplive na gospodarski razvoj turističnega in s turizmom povezanih sektorjev saj prispeva znanje za povečanje ponudbe socialnega seniorskega turizma in izboljšanje sistema distribucije ter informiranja o tej obliki turizma. Nova ali izboljšanja ponudba lahko pozitivno vpliva na širitev obstoječih turističnih trgov Slovenije. Ugotavlja se, da je seniorski socialni turizem specifična oblika turizma, ki zahteva posebno znanje. Projekt je prispeval to znanje in oblikoval informacijski sistem za diseminacijo tega znanja. Ob ustrezni implementaciji tega znanja lahko pričakujemo, da bodo turistični ponudniki socialnega seniorskega turista pridobivali z nižjimi stroški promocije in distribucije in mu oblikovali ponudbo z manjšimi stroški proizvodnje kot sicer. Rezultati projekta kažejo na velik potencial na trgu seniorskega socialnega turizma zato ocenjujemo, da imajo turistična podjetja potencial širitve svoje dejavnosti na ta trg in posledično izboljšajo tudi svojo konkurenčno sposobnost, dobičkonostnost svoje dejavnosti, povečajo delovna mesta, dvignejo izobrazbeno strukturo zaposlenih in socialni seniorski turizem izboljšajo z investicijami v prilagojeno infrastrukturo in storitve. Seniorji predstavljajo tudi trajnostno najbolj orientiran segment mednarodnih turistov zato, pridobivanje takih turistov predstavlja tudi priložnost za izvajanje enakega ali celo večjega obsega poslovne dejavnosti ob bistveno zmanjšani rabi naravnih virov oziroma energije. Gre torej za neposredne in posredne vplive na ohranjanje in razvoj nacionalne naravne in kulturne dediščine in identitete in varovanje okolja in trajnostni razvoj družbe. Ustrezno razvit socialni seniorski turizem neposredno vpliva na družbeni razvoj. Predvsem skozi dvig kakovosti življenja starejše populacije, ki tako najde ustrezne načine udejstvovanja v turizmu in tudi drugih starostnih skupin, ki so s turizmom gospodarsko povezane (npr. zaposleni v turističnem sektorju). Programi socialnega turizma predstavljajo del socialnih dejavnosti države gostiteljice socialnih turistov in tudi države od koder socialni turisti prihajajo.

14. Naslov spletne strani za projekte, odobrene na podlagi javnih razpisov za sofinanciranje raziskovalnih projektov za leti 2015 in 2016¹⁴

<http://www.turistica.si/projekt-crp-seniorji/>

C. IZJAVE

Podpisani izjavljam/o, da:

- so vsi podatki, ki jih navajamo v poročilu, resnični in točni;
- se strinjamo z obdelavo podatkov v skladu z zakonodajo o varstvu osebnih podatkov za potrebe ocenjevanja in obdelavo teh podatkov za evidence ARRS;
- so vsi podatki v obrazcu v elektronski obliki identični podatkom v obrazcu v pisni obliki (v primeru, da poročilo ne bo oddano z digitalnima podpisoma);
- so z vsebino zaključnega poročila seznanjeni in se strinjajo vsi soizvajalci projekta;
- bomo sofinancerjem istočasno z zaključnim poročilom predložili tudi elaborat na zgoščenki (CD), ki ga bomo posredovali po pošti, skladno z zahtevami sofinancerjev.

Podpisi:

*zastopnik oz. pooblaščen oseba
raziskovalne organizacije:*

in

vodja raziskovalnega projekta:

ŽIG

Datum:

Oznaka poročila: ARRS-CRP-ZP-2018/24

¹ Napišite povzetek raziskovalnega projekta (največ 3.000 znakov v slovenskem in angleškem jeziku). [Nazaj](#)

² Navedite cilje iz prijave projekta in napišite, ali so bili cilji projekta doseženi. Navedite ključne ugotovitve, znanstvena spoznanja, rezultate in učinke raziskovalnega projekta in njihovo uporabo ter sodelovanje s tujimi partnerji. Največ 12.000 znakov vključno s presledki (približno dve strani, velikost pisave 11). [Nazaj](#)

³ Realizacija raziskovalne hipoteze. Največ 3.000 znakov vključno s presledki (približno pol strani, velikost pisave 11). [Nazaj](#)

⁴ Navedite morebitna bistvena odstopanja in spremembe od predvidenega programa dela raziskovalnega projekta, zapisanega v prijavi raziskovalnega projekta. Navedite in utemeljite tudi spremembe sestave projektne skupine v zadnjem letu izvajanja projekta (t. j. v letu 2016). Če sprememb ni bilo, navedite »Ni bilo sprememb«. Največ 6.000 znakov vključno s presledki (približno ena stran, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁵ Navedite dosežke na raziskovalnem področju (največ deset), ki so nastali v okviru tega projekta.

Raziskovalni dosežek iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A'' ali A'. [Nazaj](#)

⁶ Navedite dosežke na področju gospodarstva, družbenih in kulturnih dejavnosti (največ pet), ki so nastali v okviru tega projekta.

Dosežek iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka, sistem nato sam izpolni podatke, manjkajoče rubrike o dosežku pa izpolnite.

Dosežek na področju gospodarstva, družbenih in kulturnih dejavnosti je po svoji strukturi drugačen kot znanstveni dosežek. Povzetek znanstvenega dosežka je praviloma povzetek bibliografske enote (članka, knjige), v kateri je dosežek objavljen.

Povzetek dosežka na področju gospodarstva, družbenih in kulturnih dejavnosti praviloma ni povzetek bibliografske enote, ki ta dosežek dokumentira, ker je dosežek sklop več rezultatov raziskovanja, ki je lahko dokumentiran v različnih bibliografskih enotah. COBISS ID zato ni enoznačen izjemoma pa ga lahko tudi ni (npr. prehod mlajših sodelavcev v gospodarstvo na pomembnih raziskovalnih nalogah, ali ustanovitev podjetja kot rezultat projekta ... - v obeh primerih ni COBISS ID). [Nazaj](#)

⁷ Navedite rezultate raziskovalnega projekta iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) v primeru, da katerega od rezultatov ni mogoče navesti v točkah 7 in 8 (npr. v sistemu COBISS rezultat ni evidentiran). Največ 2.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

⁸ Pomen raziskovalnih rezultatov za razvoj znanosti in za razvoj Slovenije bo objavljen na spletni strani: <http://sicris.izum.si/> za posamezen projekt, ki je predmet poročanja. [Nazaj](#)

⁹ Največ 4.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹⁰ Največ 4.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹¹ Največ 500 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹² Največ 500 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹³ Največ 1.000 znakov, vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹⁴ Izvajalec mora za projekte, odobrene na podlagi Javnega razpisa za izbiro raziskovalnih projektov Ciljnega raziskovalnega programa »CRP 2016« v letu 2016 in Javnega razpisa za izbiro raziskovalnih projektov Ciljnega raziskovalnega programa »Zagotovimo.si hrano za jutri« v letu 2016, na spletnem mestu svoje RO odpreti posebno spletno stran, ki je namenjena projektu. Obvezne vsebine spletne strani so: vsebinski opis projekta z osnovnimi podatki glede financiranja, sestava projektne skupine s povezavami na SICRIS, faze projekta in njihova realizacija, bibliografske reference, ki izhajajo neposredno iz izvajanja projekta ter logotip ARRS in drugih sofinancerjev. Spletna stran mora ostati aktivna še 5 let po zaključku projekta. [Nazaj](#)

RAZISKOVALNI VODNIK

Zgodovinski razvoj **programov turizma za starejše**:

1. Začetek ter razlogi

- Kdaj ste začeli z dejavnostjo turizma za starejše (programov za starejše) pri vaši organizaciji? Ste že ob samih začetkih razmišljali (tudi) o programih namenjenih starejšim? (Če ne: Kdaj ste se pričeli ukvarjati tudi s turističnimi programi za starejše?) Zakaj? Katere tedanje družbene razmere so botrovale nastanku teh programov?

2. Obseg (+ statistika)

- Če tedanji obseg aktivnosti namenjenih turizmu za starejše, primerjate z ostalimi aktivnostmi, s katerimi se je ukvarjala vaša organizacija, približno kolikšen delež je predstavljal? Kako se je turizem za starejše spreminjal skozi čas?

3. Namen/koristi in upravičenci

- S kakšnim namenom so bili programi turizma za starejše razviti oz. kakšne so bile (nekoč) koristi teh programov? Kdo so bili tedanji upravičenci turizma za starejše? So se skozi čas spreminjali?

4. Financiranje

- Kako je v začetku potekalo financiranje programov? Ali so bili programi kakorkoli (so)financirani in če da, kdo jih je (so) financiral in zakaj? Se je način financiranja spreminjal skozi čas? Kako?

Značilnosti programov seniorskega turizma danes:

1. Upravičenci

- Kdo so danes upravičenci do programov – so to le starejši ali tudi druge skupine? Če, da katere?
- Ali so programi namenjeni tudi gibalno oviranim starejšim? Če da, za katere programe gre? Kako so prilagojeni posebnim potrebam gibalno oviranih starejših?
- Ali so programi namenjeni tudi starejšim z zdravstvenimi težavami? Če da, za katere programe gre? Kako so prilagojeni posebnim potrebam starejših z zdravstvenimi težavami?
- Ali so programi namenjeni tudi socialno-ogroženim starejšim? Če da, za katere programe gre? Čemu dajete poudarek pri programih namenjenih socialno ogroženim?

2. Značilnosti programov (+ statistika)

Vrste in obseg:

- Kakšne vrste programov/katere programe turizma za starejše izvajate? Koliko je teh programov v primerjavi z drugimi programi, ki jih izvajate? Zbirate morda tudi podatke o številu izvedenih programov, številu udeležencev v programih itd.? (Prošnja, če nam jih posredujejo) Ali bi za katere programe lahko rekli da so

posebej popularni? Če da, kateri programi so to? Zakaj menite, da so posebej zanimivi za starejše?

- Izvajate morda tudi kakšne »specialne« programe turizma za starejše, ki vključujejo določene prilagoditve? (npr. posebej prilagojeno infrastrukturo, zdravstveno spremstvo ali kaj drugega) Katere so te prilagoditve?

Trajanje, cena, frekvenca:

- Ali so programi turizma za starejše enakomerno porazdeljeni skozi vse leto ali se koncentrirajo bolj v določenih obdobjih?
- Kako dolgi so običajno ti programi (koliko trajajo)? Kakšna je povprečna cena za uporabnika?

Organizacija:

- Kdo pri vas običajno organizira programe turizma za starejše? Ali vključujete tudi zunanje pogodbene sodelavce? Če da, za katere vidike organizacije tovrstnih programov jih vključite? S kom običajno sodelujete?

Financiranje:

- Kako so programi turizma za starejše financirani? Ali pridobivate kakšna finančna sredstva za njihovo financiranje? Če da, kateri so še viri financiranja? Kolikšen je okvirno obseg teh sredstev?
- Ali se s turističnimi ponudniki dogovarjate za kakšne popuste? Če da, s kom se običajno povezuje? Kolikšni so običajno popusti?
- Ali menite, da so vaši programi cenovno dostopni za vse upokoјence? Če da, kako to ugotavljate/spremljate?

Koristi za upokoјence/organizacijo/družbo:

Kakšne so po vašem mnenju koristi teh programov za starejše? Kje vidite koristi za vašo organizacijo? Katere pa so po vašem mnenju koristi za širšo družbo?

Študija izvedljivosti portala za razvojno in promocijsko podporo

Zaporedje 1-2-3 je pomembno. Rad bi, da anketiranci (1) najprej ocenijo, ali sploh potrebujejo izboljšave, t.j. koliko so trenutno razvojni naravnani, preden jim (2) ponudimo nekaj predlogov/funkcionalnosti portala in jih (3) spomnimo na njihove probleme.

1 - Kako pomembne/nujne so po vašem mnenju izboljšave vaših obstoječih programov za starejše na spodnjih treh področjih?

- nadgrajevanje **vsebine** programov

Podčrtajte eno od vrednosti: (nepomembne) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (zelo pomembne)
+ komentar: ____

- dvig nivoja **izvedbe** programov

Podčrtajte eno od vrednosti: (nepomembne) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (zelo pomembne)
+ komentar: ____

- učinkovitejša **promocija** programov

Podčrtajte eno od vrednosti: (nepomembne) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (zelo pomembne)
+ komentar: ____

2 - V kolikšni meri bi uporabljali naslednje opcije spletnega mesta, ki bi bilo namenjeno promocijo in razvoju ponudnikov turizma za starejše

- objava priložnosti za **prijave na relevantne domače in EU razpise**

Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____

- objava priložnosti za **relevantna izobraževanja**

Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____

- objava **primerov dobrih domačih in tujih praks** turizma za starejše

Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____

- objava **novosti iz aktualne ponudbe** slovenskih izvajalcev turizma za starejše

Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____

- orodje za **spletno komuniciranje med izvajalci** turizma za starejše

Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____

- orodje za **organiziranje skupnih srečanj** vseh izvajalcev turizma za starejše

Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____

- orodje za **sestavljanje skupnih turističnih paketov** z drugimi ponudniki na tržišču

*Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____*

- orodje, ki bi na osnovi vaših vnesenih obstoječih produktov **predlagalo možne nadgradnje** vaše ponudbe

*Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
+ komentar: ____*

3 - Kateri so danes vaši trije glavni problemi pri:

- **promociji in prodaji** programov za starejše?
- **izvedbi** programov za starejše?
- **razvoju** novih programov za starejše?



TURIZEM ZA VSE



SOCIALNI TURIZEM



Kaj je socialni turizem?

Socialni turizem je turizem z dodano moralno vrednostjo, katerega primarni cilj je skozi turistično izmenjavo pridobiti koristi za vse, tako **gostitelje** kot **obiskovalce**.

Na svetovni konferenci socialnega turizma v Essaouiri 2012 je predsednik ISTO (mednarodne organizacije socialnega turizma) slednjega opredelil takole:

“S socialnim turizmom si prizadevamo uveljaviti filozofijo turizma, ki v središče dejavnosti postavlja ljudi, opisati turistični sektor, v katerem si turistični operaterji delijo skupni cilj, ki je omogočiti čim večjemu številu ljudi dostop do turizma in počitnic; in nenazadnje tudi prizadevanja, da bi nacionalne, regionalne in lokalne oblasti v vlogi naših partnerjev implementirale ustrezne (socialne) politike za turizem.”

Pobude socialnega turizma se lahko nanašajo na gostitelje ali obiskovalce. Kaj je cilj prvih in kaj drugih?

- Pobude, povezane z **gostitelji**, gredo v smeri ekonomske ali/in ekološke pomoči lokalnim skupnostim, destinacijam – turizem se smatra kot sredstvo razvoja, saj npr. prinaša nova delovna mesta, razvoj novih dejavnosti in razvoj infrastrukture.
- Pobude, povezane z **obiskovalci**, pa poudarjajo potrebe obiskovalcev in cilj teh je omogočiti počitnice tistim skupinam ljudi, ki si jih sicer ne bi mogli privoščiti – vloga socialnega turizma je povečevanje socialne vključenosti in družbene kohezije.

Socialni turizem prinaša koristi posameznikom in širši družbi

Koristi za posameznike:

- višja stopnja zadovoljstva,
- povečanje neodvisnosti,
- boljše duševno in telesno zdravje,
- prekinitve rutine in menjava okolja,
- priložnost za druženje in spoznavanje novih ljudi,
- priložnost za učenje skozi nove izkušnje in nova okolja,
- sprostitvev in izboljšanje odnosov,
- izboljšanje samopodobe in samozavesti.

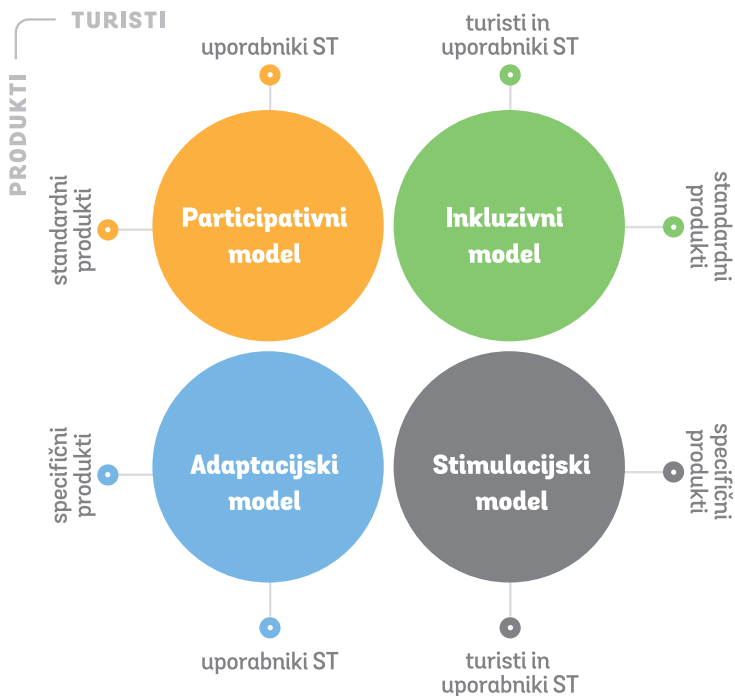
Socialne koristi za družbo:

- zmanjševanje družbene neenakosti,
- spodbujanje socialne vključenosti,
- povečanje kakovosti življenja v družbi,
- izboljšanje družbene blaginje,
- povečanje družbene kohezije.

Ekonomске koristi za družbo:

- spodbujanje gospodarske rasti,
- zmanjševanje vplivov sezonskosti na poslovanje,
- ohranjanje obstoječih in ustvarjanje novih zaposlitev v turizmu,
- omogočanje razvoja regij oziroma turističnih destinacij.

Obstajajo štiri interpretacije oz. modeli socialnega turizma: inkluzivni, participativni, adaptacijski in stimulacijski.





Inkluzivni model

- Socialni turizem je turizem, ki spodbuja kar najširšo udeležbo v turizmu po principu “turizem za vse” in vključuje tudi ekonomsko ali drugače prikrajšane osebe.
- Cilj tovrstnih iniciativ socialnega turizma je spodbuditi turistično udeležbo pri čim večjemu delu družbe npr. s pomočjo shem (so)financiranja.

Primer slovenske dobre prakse predstavljajo turistični programi Društev upokojencev, ki za svoje člane v sodelovanju s komercialnimi ponudniki organizirajo številne enodnevne in večdnevne izlete ter daljše zdraviliške izlete in poletna letovanja po Sloveniji ter bližnji okolici (Italiji, Češki, Madžarski, Hrvaški, Bosni, Srbiji, Franciji). Kot dodaten primer slovenske dobre prakse pa lahko navedemo tudi portal sindikalne-pocitnice.si, preko katerega si sindikalni in drugi upokojenci lahko zagotovijo cenejše počitnice.

Primer evropske dobre prakse predstavljajo sheme “počitniških vavčerjev” v Franciji (Cheques Vacances). Podjetja v sheme vplačujejo določene zneske; gre za prihranke zaposlenih, ki so namenjeni počitniški potrošnji in delodajalci ter socialne organizacije jih še dodatno “obogatijo”.

Participativni model

- Socialni turizem je turizem, ki spodbuja udeležbo v turizmu, zlasti pri tistih osebah, ki so ekonomsko šibke ali drugače prikrajšane.
- Cilj iniciativ socialnega turizma v tej kategoriji je ponuditi turistično izkušnjo tistim skupinam, ki so običajno izključene iz turistične potrošnje zaradi finančnih ali zdravstvenih razlogov.

Primer slovenske dobre prakse predstavljajo humanitarni programi Rdečega križa »Peljimo jih na morje«, ki so namenjeni starostnikom z nizkim socio-ekonomskim statusom, ki si počitnic sami ne bi mogli zagotoviti. Upravičene napoti na oddih lokalni Center za socialno delo z namenom preventive in pozitivnega vpliva na zdravje.

Primer evropske dobre prakse predstavlja Center za počitniško udeležbo (Centre for Holiday Participation) iz Flandrije v Belgiji. Njen cilj je povečati turistično udeležbo skupin z nižjimi prihodki, zato se s ponudniki namestitev in drugimi turističnimi ponudniki pogaja za nižje cene.



Adaptacijski model

- Socialni turizem je turizem, ki je namenjen in prilagojen predvsem osebam, ki so ekonomsko ali kako drugače prikrajšane.
- Iniciative socialnega turizma te vrste običajno ponujajo produkte, ki so posebej prilagojeni uporabnikom socialnega turizma, npr. skozi selekcijo posebnih namestitev ali /in z zagotavljanjem podpornih storitev.

Primer slovenske dobre prakse predstavljajo počitniški programi za invalidne osebe ter druge osebe s posebnimi potrebami npr. programi Zveze paraplegikov, ki vključujejo številne infrastrukturne prilagoditve (prilagojene počitniške kapacitete, prilagojen prevoz) oz. turistični programi turistične agencije Premiki, ki se osredotočajo na dostopni turizem in na zagotavljanje večje dostopnosti turističnih programov.

Primer evropske dobre prakse predstavlja dobredelna organizacija Premor (>Break<) iz Velike Britanije. Dobredelna organizacija družinam z otroki z učnimi težavami omogoča kratke počitnice. Organizacija razpolaga s štirimi počitniškimi centri, kjer usposobljeno osebje lahko ponudi specialistično oskrbo tem otrokom kot tudi otrokom z motnjami v telesnem razvoju.

Stimulacijski model

- Socialni turizem je turizem, ki preko turizma ekonomsko šibkih ali drugače prikrajšanih prinaša destinacijam gospodarske priložnosti.
- Ta interpretacija socialnega turizma se primarno osredotoča na zagotavljanje ekonomskih koristi za skupnost gostiteljev.

Primer slovenske dobre prakse lahko predstavljajo pobude posameznih turističnih/potovalnih agencij, kot so npr. turistične agencije Relax, Palma, Loka turist ali Alpetour, ki prepoznavajo starejše kot pomembno ciljno skupino v turizmu in redno sodelujejo z društvi upokojencev. Z njimi se dogovarjajo o posebnih popustih, vsebini ponudbe, prilagojenih prevozih, možnostih plačila na obroke, organizaciji posebnega spremljevalca in podobno.

Primer evropske dobre prakse predstavlja program IMSERSO v Španiji. Program je namenjen seniorjem, in sicer gre za počitnice na obalah Španije v času nizke sezone; počitnice so v 30 odstotkih stroškov financirane iz javnega sektorja, drugi del (70 %) pa plačajo upravičenci sami.

**TURIZEM ZA STAREJŠE
KOT PRIMER SOCIALNEGA
TURIZMA**



Doslej so bile znotraj pobud socialnega turizma prepoznane zlasti 4 ciljne skupine: starejši, mladi od 18. do 30. leta starosti, invalidi in družine z nizkimi dohodki. V okviru našega projekta se osredotočamo na turizem za starejše.

Zakaj je smiselno spodbujati turizem za starejše?

- Starejši pomembno prispevajo k evropskemu turizmu in predstavljajo pomemben tržni potencial – trenutno je v EU približno 25 % celotnega prebivalstva starega med 55 in 80 let.
- Imajo več časa, ki ga lahko namenijo turizmu.
- Danes starejši živijo dlje in bolj aktivno; za mnoge turizem in potovanja predstavljata pomemben element življenjskega sloga.
- V splošnem imajo več prihrankov in manj finančnih obveznosti kot druge skupine, tako da lahko del sredstev namenijo turizmu.
- So bolj fleksibilni pri izbiri obdobja potovanja – starejši lahko med drugim potujejo v času nizke in srednje sezone ter tako prispevajo k zmanjševanju sezonskosti v turizmu.
- Za starejše obstaja nevarnost socialne izolacije; turizem starejšim nudi možnost za navezovanje novih socialnih stikov.

Potenciali razvoja turistične ponudbe za starejše

V Evropskem sektorskem dokumentu o turizmu za starejše (2016) so izpostavljeni naslednji vidiki:

- Zdravstveno stanje lahko vpliva na izbire starejših v turizmu – zdravstveni turizem predstavlja najhitreje rastoči segment turistične panoge, zlasti med starejšimi, med katerimi je lahko zdravstvena oskrba eden od glavnih razlogov za potovanje; njegovi dve razsežnosti (medicinski in zdraviliški turizem) je smiselno podpirati v smeri razvoja destinacij z vrhunsko zdravstveno ponudbo.
- Gre za zelo raznoliko skupino z različnimi interesi, ki predstavlja potencial za razvoj različnih oblik turizma – pri oblikovanju ponudbe je smiselno pozornost nameniti tudi skupinam starejših, ki jih družijo enaki interesi, kot so kulturna dediščina, zgodovina, izobraževanje, religija, šport in rekreacija.

Informacije o projektu

Namen raziskovalnega projekta Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na programih za seniorje je:

1. preučiti stanje na področju socialnega turizma v Slovenji,
2. analizirati razvojne potrebe in potenciale na področju razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji,
3. oblikovati predloge sistemskih ukrepov, ki bodo služile kot podlaga za razvoj konkurenčnih produktov in storitev socialnega turizma v Sloveniji,
4. razvoj prototipa portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma,
5. informiranje o socialnem turizmu in diseminacija rezultatov projekta.

Trajanje projekta: oktober 2015–september 2017

Financerja projekta: Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS



Partnerji projekta:

Znanstveno–raziskovalno središče Koper
Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica
Fakulteta za dizajn, pridružena članica Univerze na Primorskem



<http://www.turizemzavse.si/>

Besedilo: Janja Gabruč, Zorana Medarič, Mateja Sedmak
Lektoriranje: Maja Smotlak
Oblikovanje: Barbara Dovečar
Fotografija: iStock
Izdajatelj: Znanstveno-raziskovalno središče Koper &
Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije
Tisk: Koštomaj, Celje
Naklada: 1000 izvodov
September, 2017



TURIZEM ZA VSE

prijazno · varno · sproščeno · dostopno

VABILO NA TISKOVNO KONFERENCO in PREDSTAVITEV PROJEKTA IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI,

ki bo v **torek, 18.10.2016**, v prostorih knjižnice Znanstveno-raziskovalnega središča UP,
Garibaldijeva 1 v Kopru.

Na tiskovni konferenci bo predstavljen projekt **Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji**, s poudarkom na programih za seniorje, ki ga izvajajo Znanstveno-raziskovalno središče in Fakulteta za turizem Univerze na Primorskem ter Fakulteta za dizajn kot pridružena članica Univerze na Primorskem (trajanje: oktober 2015 - oktober 2017).

Namen projekta, ki ga financirata Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo je:

- preučiti stanje na področju socialnega turizma v Sloveniji,
- analizirati razvojne potrebe in potenciale na področju razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji,
- oblikovati predloge sistemskih ukrepov, ki bodo služili kot podlaga za razvoj konkurenčnih produktov in storitev socialnega turizma v Sloveniji,
- razvoj prototipa portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma in
- informiranje o socialnem turizmu.

Kaj je socialni turizem?

Socialni turizem je turizem z dodano moralno vrednostjo, katerega primarni cilj je skozi turistično izmenjavo pridobiti koristi za vse, tako **gostitelje** kot **obiskovalce**.

Socialni turizem prinaša koristi tako za posameznike, kot tudi za širšo družbo

Koristi za posameznike: Višja stopnja zadovoljstva, povečanje neodvisnosti, boljše duševno in telesno zdravje, prekinitev rutine in menjava okolja, priložnost za druženje in spoznavanje novih ljudi, priložnost za učenje skozi nove izkušnje in nova okolja, sprostitvev in izboljšanje odnosov, izboljšanje samopodobe in samozavesti.

Socialne koristi za družbo: zmanjševanje družbene neenakosti, spodbujanje socialne vključenosti, povečanje kakovosti življenja v družbi, izboljšana družbena blaginja, povečana družbena kohezija.

Ekonomske koristi za družbo: spodbujanje gospodarske rasti, zmanjševanje vplivov sezonskosti na poslovanje, ohranjanje obstoječih in ustvarjanje novih zaposlitev v turizmu, omogočanje razvoja regij oziroma turističnih destinacij.

TURIZEM ZA STAREJŠE KOT PRIMER SOCIALNEGA TURIZMA

Doslej so bile znotraj pobud socialnega turizma prepoznane zlasti **4 ciljne skupine: starejši, mladi od 18. do 30. leta starosti, invalidi in družine z nizkimi dohodki**. V okviru našega projekta se osredotočamo na turizem za starejše

Zakaj je smiselno spodbujati turizem za starejše?

- Starejši pomembno prispevajo k evropskemu turizmu in predstavljajo pomemben tržni potencial – trenutno je v EU približno 25 % celotnega prebivalstva starih med 55 in 80 let.
- Imajo več časa, ki ga lahko namenijo turizmu
- Danes starejši živijo dlje in bolj aktivno, za mnoge turizem in potovanja predstavljata pomemben element življenjskega sloga.
- V splošnem imajo več prihrankov in manj finančnih obveznosti od drugih skupin, tako, da lahko del sredstev namenijo turizmu.
- So bolj fleksibilni pri izbiri obdobja potovanja - starejši lahko med drugim potujejo v času nizke in srednje sezone in tako prispevajo k zmanjševanju sezonskosti v turizmu
- Za starejše obstaja nevarnost socialne izolacije; turizem starejšim nudi možnost za navezovanje novih socialnih stikov.



ŠTUDIJA IZVEDLJIVOSTI PORTALA »TURIZEM ZA VSE«

CRP projekt: Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na programih za seniorje

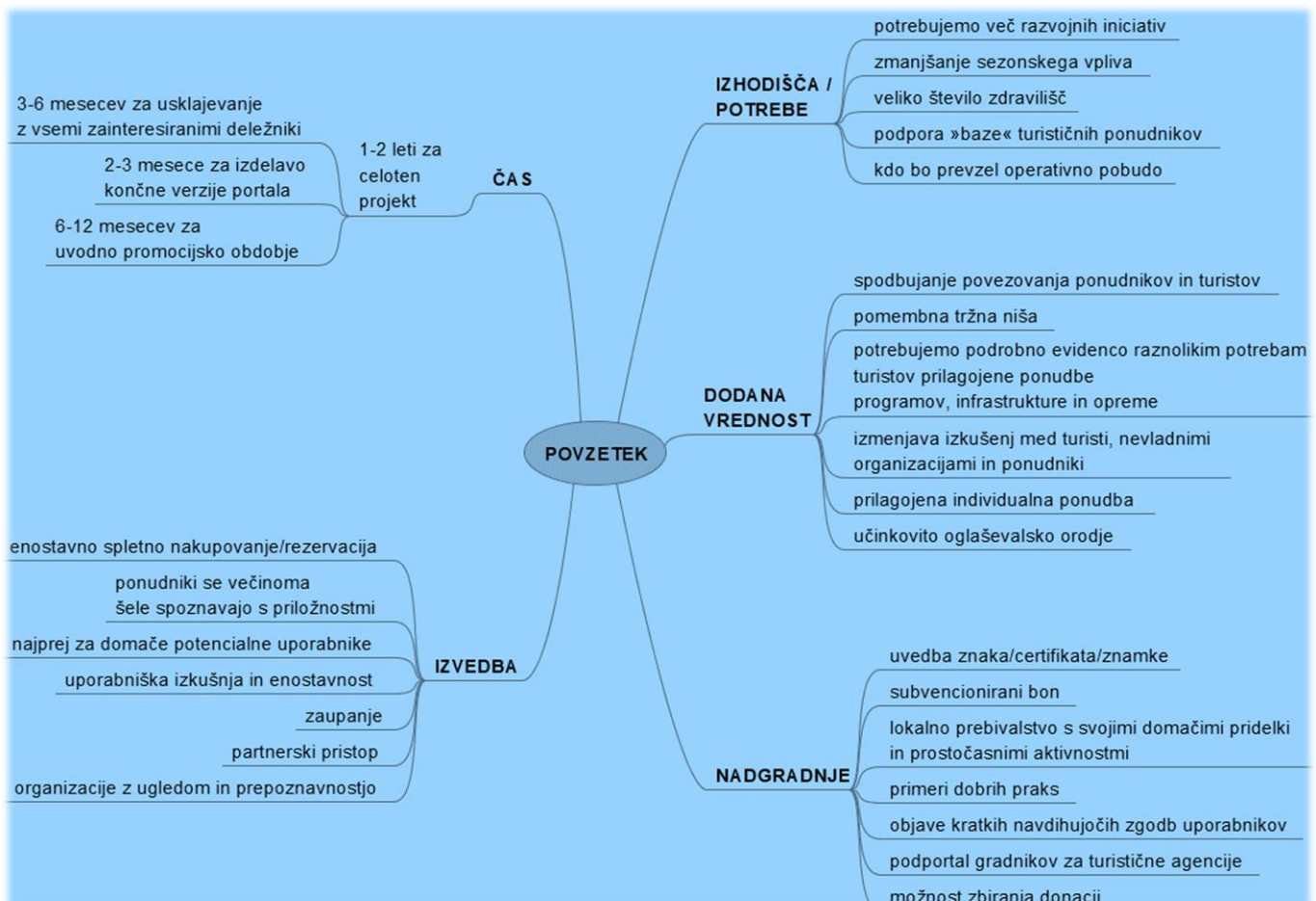
Šifra: V5-1512

Obdobje: 1.10.2015 - 30.09.2017

doc. dr. Dejan Križaj

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije - Turistica

Portorož, 15.09.17



KAZALO

1	Uvod in metoda dela	3
2	Teoretične osnove.....	3
3	Opis prototipne verzije portala	6
4	Opis metod zbiranja povratnih informacij	11
4.1	Splošni intervjuji z deležniki.....	11
4.2	Študenti.....	12
4.3	Študentska raziskovalna naloga	12
4.4	Turistično gospodarstvo	13
5	Rezultati zbiranja povratnih informacij	16
5.1	Splošni intervjuji z deležniki.....	16
5.2	Študenti.....	18
5.3	Študentska raziskovalna naloga	19
5.4	Turistično gospodarstvo	22
6	»TELOS« povzetek in diskusija o povratnih informacijah.....	27
6.1	Potrebe deležnikov.....	27
6.2	Dodana vrednost portala	28
6.3	Tehnični vidik	28
6.4	Finančni vidik	29
6.5	Pravni vidik.....	30
6.6	Operativni vidik.....	30
6.7	Časovni vidik.....	30
6.8	Predlogi za nadgradnjo.....	30
7	Predlogi za nadaljnji razvoj in uvedbo portala	32
8	Seznam literature	33

1 Uvod in metoda dela

Ob upoštevanju ključnih faktorjev za uspeh v turizmu (Marais, du Plessis, & Saayman, 2017) in splošnih pristopov k razvojnim aktivnostim (Bause, Radimersky, Iwanicki, & Albers, 2014) se pri študiji izvedljivosti osredotočamo na opredelitev projekta, ki ga analiziramo, na tveganja, priložnosti, alternativne izvedbe in omejitve (Mesly, 2016).

Dokument analizira možnosti izvedbe portala socialnega turizma kot del obsežnejšega CRP projekta »Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na programih za seniorje«, šifra V5-1512 (B), obdobje 1.10.2015 - 30.09.2017.

Za te potrebe je na kratko predstavljen uporabljen teoretični okvir, izdelana prototipna verzija portala, predstavljeno je zbiranje odzivov na njegovo uporabnost, analiza odzivov po spodaj predstavljeni metodi študije izvedljivosti ter nabor predlogov za izvedbo končne, aktivne verzije portala.

Uporabljena je t.i. TELOS metoda, ki se osredotoča na 5 področij izvedljivosti (Hall, 2010):

T – tehnično: je projekt tehnično izvedljiv?

E – ekonomsko: ga lahko finančno izvedemo in kakšne dodane vrednosti prinaša?

L – pravno (legal): je projekt legalen?

O – operativno: ali je organizacijsko in operativno izvedljiv?

S – časovno (scheduling): v kakšnem času je projekt izvedljiv?

Metodo smo za potrebe naše analize in glede na specifike obravnavanega problema nadgradili s tremi področji in dopolnili zgornje usmeritve z naslednjimi kategorijami, uporabljenimi v tej študiji izvedljivosti:

1. Potrebe deležnikov
2. Dodana vrednost portala (E)
3. Tehnični vidik (T)
4. Finančni vidik (E)
5. Pravni vidik (L)
6. Operativni vidik (O)
7. Časovni vidik (S)
8. Izbrani predlogi za nadgradnjo prototipa

2 Teoretične osnove

Čeprav se CRP projekt »Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s poudarkom na programih za seniorje« osredotoča predvsem na humano in z informacijskimi tehnologijami manj povezano področje turizma, tudi tu ne gre več brez informacijskih tehnologij. Ne gre tudi brez inovacij, zato se ta CRP projekt prepleta še z enim, tistim, ki se ukvarja s prepleti inovativnosti in kakovosti: »Program celovitega spodbujanja kakovosti v turizmu«, šifra V5-1511. Oba projekta nosita podobno osrednje sporočilo o tem, da v kakovostnem turizmu brez inovacij ne gre, tematika socialnega in seniorskega turizma pa je tako inovativna kot povezana tudi z informatiko.

S pojavom vseprisotnih informacijskih tehnologij se niso spremenili le sami procesi in podjetja, spreminjajo se tudi kulturne navade in vrednostni sistemi (potencialnih) strank. Odpirajo se novi prodajni kanali za turistična podjetja in novi kanali za pretok s kakovostjo

povezanih informacij (Berne, Garcia-Gonzalez, & Mugica, 2012). Novi kanali omogočajo nove načine izbire in nakupa turističnih storitev ter omogočajo nove pristope k trženju in ustvarjanju novih tipov povpraševanja. Zato (Pearce, 2008) predlagajo, da se stari in novi prodajni kanali prepletejo in uporabijo kot uigrana mreža priložnosti, ki na nove načine meri, definira in nagovarja vrednote kupcev in s tem vpliva tudi na percepcijo in nadgrajeno razumevanje kakovosti.

Odgovor na obvladovanje raznolikih (še) neobvladljivih situacij - s katerimi se človek srečuje od prazgodovine in katere povzročajo tudi vse večja prisotnost informacijskih tehnologij - se skriva v inoviranju: iskanju novih in boljših rešitev, ki prinašajo dodano vrednost tistemu, ki te novosti uvaja ali sprejema (Rogers, 2003). Na eni strani se sprašujemo, kaj in kako uvajamo, in na drugi, kakšen je videz uvedenega skozi vse učinke in dodane vrednosti, ki jih uvedena novost prinaša. V turizmu je ključno vprašanje (poleg obstoja in dobrobiti podjetja), kako s ponudbo podjetja učinkovito ciljati vrednote in potrebe strank, torej turistov. Ti turisti - zaradi informacijske tehnologije - vedno bolj aktivno sodelujejo oziroma soustvarjajo turistične produkte, ki jih kupujejo od turističnih in s turizmom povezanih organizacij (Malone, McKechnie, & Tynan, 2017). Izraz aktivno sodelovanje cilja na nove, še bolj razdrobljene razmere, v katerih deluje posamezna turistična organizacija, ki tvori enega od kamenčkov turističnega mozaika na destinaciji (Chapman & Light, 2016), (Zach & Hill, 2017).

Da s prisposodobno mozaika ne gre le za fenomen, ki ga zasledimo v turizmu, potrjuje koncept javno-zasebnih inovacijskih storitvenih mrež (public-private innovation networks in services, PPINS) (Djellal & Gallouj, 2013). Tudi v drugih gospodarskih sektorjih se pojavlja enak globalni in tehnološki pritisk, ki spodbuja posamezne gospodarske in negospodarske subjekte, da se povezujejo v večje inovacijske mreže. Princip tovrstnih mrež je poznan že dlje časa (Powell, Koput, & Smith-Doerr, 1996), vendar pa PPINS opozarja na vedno večji pojav ne-tehnoloških inovacij ter na spremembo paradigme, da je inoviranje izključno notranji visoko-tehnološki proces, v katerem javna sfera nima svoje vloge. To spremembo sta nakazala že demokratizacija inovativnosti (Hippel, 2005) in odprto inoviranje (Chesbrough, 2003), dokončno pa se odprtost polja inoviranja kaže v t.i. pametnih mestih in v vedno bolj prisotnem principu delitvene ekonomije (Acquier, Daudigeos, & Pinkse, 2017) ter v t.i. "service encounter 2.0", kjer se na nove "več-organizacijske" načine srečujejo zaposleni, tehnologija in njihove stranke (Larivière et al., 2017).

Za odprtost procesa inoviranja so po prehodu iz zaprte visoko-tehnološke paradigme najprej poskrbeli posredniki, ki so v kontroliranih inovacijskih mrežah skrbeli za pretok znanja in virov med vključenimi podjetji (Gómez, Olaso, & Zabala-Iturriagoitia, 2016). Z vse večjim prehodom v spletna okolja so se sčasoma pojavile tudi platforme za odprto inoviranje (open innovation platforms, OIP), ki omogočajo iskanje manjkajočih delov (zaposlenih, znanj, partnerjev, ...) inovacijskega procesa in spodbujajo partnersko povezovanje in iskanje potrebnih strokovnjakov. Z odpiranjem platform širši javnosti in končnim uporabnikom so se pojavile možnosti za: prosto trgovanje z razvojnimi rešitvami, organiziranje razvojnih izzivov, glasovanje za najboljše rešitve itd. Glavna razloga za aktivno sodelovanje v tovrstnih platformah, kot ponudniki znanj in rešitev, sta zaslužek in ugled (Abbate & Souca, 2013) ali pa obojestranski interes podjetij in kupcev pri iskanju boljših uporabniških rešitev in njihovem trženju (Sigala, 2012). Z aktivnim sodelovanjem v tovrstnih ekosistemih se tako kot pri delitveni ekonomiji krog med ponudniki in potrošniki sklene. Meja med enimi in drugimi se s tem delno zabriše, kar pa ne pomeni, da se je pojavil kaos in ne vemo, kdo pije in kdo plača, ampak je to jasno sporočilo, da se morajo tudi turistični ponudniki pri inoviranju »odpreti in demokratizirati«.

Odpiranje in demokratizacija sta bila osrednje vodilo pri pripravi prototipa, ki bo predstavljen v nadaljevanju, zato vsebuje več elementov, ki spodbujajo povezovanje in izmenjavo izkušenj ter idej. Vprašanje, na katerega so opozorili tudi anketiranci, pa je, ali je ciljna populacija na to spremembo pripravljena.

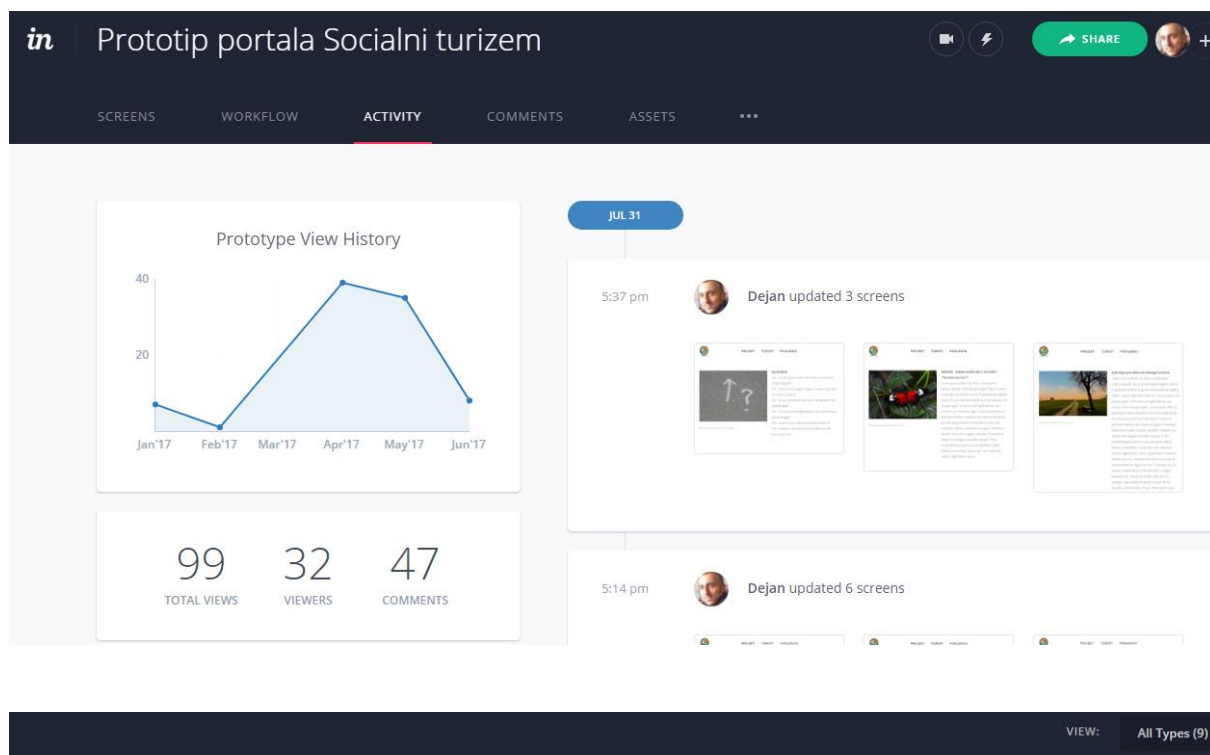
Kot referenčna primera, kaj vse ciljna populacija je ali bi lahko bila, smo izbrali dva projekta/portala. Prvi je www.eden55plus-network.eu. Kot pravijo organizatorji, gre za »delo s ciljno skupino upokojencev (55+), za katere pripravljajo turistične programe za seniorje v pilotnih EDEN destinacijah (The European Destinations of Excellence). Namen projekta je povečati turistični obisk v nizki in srednji sezoni ter vzpostaviti mrežo lokalnih turističnih ponudnikov. Model, izkušnje in turistični programi bodo uporabni v vseh EDEN destinacijah po Evropi.«

Drugi primer je www.linkedage.com. Slovensko podjetje Socinet je razvilo platformo za dodatno trženje nastanitvenih zmogljivosti socialnovarstvenih zavodov. Podobno kot projekt Erasmus izmenjav za študente LinkedAge omogoča enostavno izmenjavo stanovalcem varovanih stanovanj ali domov za upokojence.

Primera dokazujeta, da pripravljenost na spremembe obstaja, kako daleč je le ta vezana na naš projekt in z njim povezan portal, pa bo prikazano v nadaljevanju; v prvem koraku z opisom predlagane prototipne verzije portala »Turizem za vse«.

3 Opis prototipne verzije portala

Prototip portala je bil izdelan s pomočjo orodja InVisionapp.com, ki omogoča izdelavo delujočih prototipov spletnih okolij, tako imenovani »UI mockup tool«. Z njim je možno izdelati simulacijo delujočih spletnih in mobilnih strani ter zbirati spletne komentarje, katere testni uporabniki oddajajo v točkah, ki jih označijo na prototipu, in so torej lokacijsko vezani na vsebine, na katere se komentar nanaša.



TURIZEM ZA VSE

1 PROJEKT TURISTI PONUDNIKI

PROTOTIP PORTALA

"CRP" IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI, S Poudarkom NA PROGRAMIH ZA SENIORJE

Projekt izbran na Javnem razpisu za izbiro raziskovalnih projektov Ciljnega raziskovalnega programa »CRP 2015« v letu 2015

(Uradni list RS, št. 53/2015, z dne 17.7.2015)

Izdelane so bile tri glavne vstopne strani in povezave na njihove ključne podstrani:

PROJEKT - osnovne informacije o projektu, v sklopu katerega je prototip nastal

<https://projects.invisionapp.com/share/CNA8093RJ#/screens/216463766>



PROJEKT TURISTI PONUĐNIKI



"CRP" IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI, S POUĐARKOM NA PROGRAMIH ZA SENIORJE

Projekt izbran na Javnem razpisu za izbiro raziskovalnih projektov Ciljnega raziskovalnega programa »CRP 2015« v letu 2015

(Uradni list RS, št. 53/2015, z dne 17.7.2015)

Sodelujoče raziskovalne organizacije:

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož - Turistica

Znanstveno-raziskovalno središče Koper

Fakulteta za dizajn, samostojni visokošolski zavod, pridružena članica Univerze na Primorskem

Več info o projektu: [SICRIS](#)

Delovni sklop 11 : Študija izvedljivosti za razvoj in oblikovanje portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma

(C) slike na portalu - glej opombe na dnu strani objavljenih na prototip-socitur.weebly.com

TURISTI - vstopna točka za uporabnike socialnega turizma

<https://projects.invisionapp.com/share/CNA8093RJ#/screens/216463768>



PROJEKT

TURISTI

PONUĐNIKI



Kaj vas zanima? [=Ponudba socialnega turizma]

[Izleti](#) | [Počitnice](#) | [Nastanitev](#) | [Kulinarika](#) | [Šport in rekreacija](#) | [Narava](#) | [Kultura](#) |

Kateri tip turista ste? [=Kategorizacija socialnega turista]

Izpolnite kratek [vprašalnik](#) za vam prilagojeno ponudbo

Imate ideje in pobude? [=Povezovanje in so-ustvarjanje ponudbe]

Dodajte svojo ali preverite druge [pobude](#) za zabavnejše in ugodnejše potovanje z drugimi turisti.

Oddajte [idejo](#) za turistično ponudbo, ki jo pogrešate.

Preglejte že oddane [ideje](#) in se povežite z njihovimi avtorji.

PONUĐNIKI - vstopna točka za ponudnike socialnega turizma

<https://projects.invisionapp.com/share/CNA8093RJ#/screens/216463765>



PROJEKT

TURISTI

PONUĐNIKI

VSTOP ZA PONUĐNIKE

Zakaj sodelovati v iniciativi "Turizem za vse"? [=Priložnosti socialnega turizma]

[Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#)

Kateri tip ponudnika ste? [=Kategorizacija tipa ponudnika socialnega turizma]

Izpolnite kratek [vprašalnik](#) za vam prilagojeno predstavitev priložnosti, ki jih prinaša "Turizem za vse".

Imate ideje in pobude za "Turizem za vse"? [=Povezovanje in so-ustvarjanje ponudbe]

Dodajte svojo ali preverite druge [pobude](#) za združevanje turistične ponudbe.

Oddajte [ideje](#) za uresničevanje še neobstoječe turistične ponudbe v projektu "Turizem za vse".

Preglejte že oddane [ideje](#) in se povežite z njihovimi avtorji.

Vstopna točka **TURISTI** ima tri razdelke.

Kaj vas zanima je namenjen opisu posameznega tipa ponudbe socialnega turizma. V končni verziji portala je predvidno, da se v posameznih kategorijah posamezni tipi opisani skupaj s kratkimi povzetki, komu je posamezen tip ponudbe namenjen. Poleg splošnih opisov bo v posameznih razdelkih prikazana tudi aktualna ponudba različnih turističnih ponudnikov.

Razdelek **Kateri tip turista ste** je ključen za segmentacijo tipov turistov in njim prilagojene ponudbe. Glede na razpoložljivo ponudbo za različne tipe upravičencev subvencionirane ponudbe ali glede na njihove posebne potrebe (invalidi, starejši, ...) ter prostočasne interese, bo vprašalnik obiskovalca portala vodil skozi večstopenjsko preverjanje, kakšne so njegove specifike. Na osnovi odgovorov bo iz celotne ponudbe razdelka "Kaj vas zanima" kot rezultat vprašalnika obiskovalcu predstavljena le njemu prilagojena ponudba.

Razdelek **Imate ideje ali pobude** spodbuja povezovanje med turisti in možnost vplivanja na razvoj novih produktov. Prva od treh opcij ponuja forumsko obliko izmenjave želj, priložnosti in pobud, da se več posameznikov dogovori za skupno (ugodnejše, delno samostojno) potovanje, kar je lahko ugodno tako z vidika skupinskega popusta kot tudi medsebojne pomoči v primeru turistov s posebnimi potrebami ali z vidika prostovoljnega sodelovanja pri organiziranju in izvedbi turističnih potovanj.

Drugi dve možnosti omogočata oddajo, objavo in pregled predlogov za novo turistično ponudbo na enem mestu. Ker gre v veliko primerih za zelo specifične potrebe tovrstnih turistov, jih lahko na tak način še hitreje zaznamo, zbiramo in posredujemo turističnim ponudnikom, da jih po svojih možnostih vključijo v svoj nabor produktov.

Vstopna točka **PONUĐNIKI** naslavlja ponudnike pri spoznavanju, ponudbi in povezovanju na področju socialnega turizma.

Kot je prikazano v nadaljevanju, mnogi turistični ponudniki ne poznajo koncepta v celoti ali posameznih področij, ki jih zajema socialni turizem. V prvem razdelku **Zakaj sodelovati** so predstavljeni razlogi in s tem priložnosti socialnega turizma za turistične ponudnike. Še bolj konkretno je v pomoč **vprašalnik**, ki na osnovi specifik turističnega ponudnika v rezultatih ponudi njemu prilagojene priložnosti, na kakšne načine se lahko vključi in kakšne dodane vrednosti mu širjenje na to področje lahko prinese.

V zadnjem, tretjem razdelku "**ideje in pobude**" je po principu sodelovalnega podjetništva in PPINS turističnim ponudnikom na voljo spletno okolje za oddajo, objavo in izmenjavo idej za nove turistične produkte in za njihovo povezovanje.

4 Opis metod zbiranja povratnih informacij

Cilj zbiranja povratnih informacij in njihove analize je bil iskanje odgovorov za študijo izvedljivosti portala »Turizem za vse«, katere raziskovalni okvir je predstavljen v uvodnem delu študije. Namen je bil analizirati razvojne, poslovne in marketinške priložnosti uvedbe portala, pri čemer sta bili ključni njegovi naslednji komponenti:

- promocijska komponenta
 - vsa ponudba socialnega turizma na enem mestu
 - informiranje o priložnostih in dimenzijah socialnega turizma
- razvojna komponenta
 - kategorizacija turističnih ponudnikov
 - identificiranje in izkoriščanje priložnosti za prilagajanje različnim dimenzijam socialnega turizma
 - razvoj specialnih produktov socialnega turizma
 - partnersko razvojno sodelovanje

4.1 Splošni intervjuji z deležniki

Del informacij za študijo izvedljivosti je bil zbran ob izvedbi intervjujev za preostale delovne sklope projekta. V nadaljevanju predstavljena vprašanja so bila dodana k splošnemu vprašalniku. Na spodnja vprašanja smo prejeli odgovore predstavnikov naslednjih organizacij:

- Rdeči križ
- Društvo upokojencev Škofja loka
- Zavod Premiki
- Zveza društev upokojencev Slovenija
- Sindikat gostinstva in turizma
- Zveza paraplegikov Slovenije.

VPRAŠALNIK

Študija izvedljivosti portala za razvojno in promocijsko podporo

Zaporedje 1-2-3 je pomembno. Rad bi, da anketiranci (1) najprej ocenijo, ali sploh potrebujejo izboljšave, t.j. koliko so trenutno razvojno naravnani, preden jim (2) ponudimo nekaj predlogov/funkcionalnosti portala in jih (3) spomnimo na njihove probleme.

1 - Kako pomembne/nujne so po vašem mnenju izboljšave vaših obstoječih programov za starejše na spodnjih treh področjih?

- nadgrajevanje **vsebine** programov

Podčrtajte eno od vrednosti: (nepomembne) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (zelo pomembne)
+ komentar: ____

- dvig nivoja **izvedbe** programov

Podčrtajte eno od vrednosti: (nepomembne) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (zelo pomembne)
+ komentar: ____

- učinkovitejša **promocija** programov

Podčrtajte eno od vrednosti: (nepomembne) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (zelo pomembne)
+ komentar: ____

2 - V kolikšni meri bi uporabljali naslednje opcije spletnega mesta, ki bi bilo namenjeno promocijo in razvoju ponudnikov turizma za starejše

- objava priložnosti za **prijave na relevantne domače in EU razpise**
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- objava priložnosti za **relevantna izobraževanja**
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- objava **primerov dobrih domačih in tujih praks** turizma za starejše
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- objava **novosti iz aktualne ponudbe** slovenskih izvajalcev turizma za starejše
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- orodje za **spletno komuniciranje med izvajalci** turizma za starejše
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- orodje za **organiziranje skupnih srečanj** vseh izvajalcev turizma za starejše
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- orodje za **sestavljanje skupnih turističnih paketov** z drugimi ponudniki na tržišču
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____
- orodje, ki bi na osnovi vaših vnesenih obstoječih produktov **predlagalo možne nadgradnje** vaše ponudbe
Podčrtajte eno od vrednosti: (neuporabno) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (uporabno)
 + komentar: ____

3 - Kateri so danes vaši trije glavni problemi pri:

- **promociji in prodaji** programov za starejše?
- **izvedbi** programov za starejše?
- **razvoju** novih programov za starejše?

4.2 Študenti

V študijskem letu 2016/17 so pri analizi prototipa portala sodelovali tudi študenti predmetov Informacijski sistemi v turizmu (UNI) in Upravljanje turističnih informacijskih sistemov (VŠ). V obeh primerih gre za študente prvih letnikov, torej mladino, ki še nima strokovnega vpogleda v turistične sisteme, ampak se vanje še le uvaja. Informacije dobljene od njih so torej informacije mladih potencialnih turistov, ki se za turizem vsaj delno zanimajo tudi strokovno, nimajo pa še pravih podlag in izkušenj.

Pri eni od vaj obeh predmetov so študenti med spoznavanjem orodij za prototipiranje spletnih strani obiskali tudi spletno stran našega prototipa. Pri vaji je sodelovalo 9 skupin predmeta Informacijski sistemi v turizmu in 6 skupin predmeta Upravljanje turističnih informacijskih sistemov. Skupine so bile sestavljene iz 4-6 članov. Na vsaki od strani (PROJEKT, TURISTI, PONUDNIKI) so morale skupine oddati po vsaj en komentar. Vsi komentarji so zbrani v predhodno opisani InVision aplikaciji in so na voljo pri avtorju tega poročila. V poglavju rezultatov so predstavljeni povzetki študentskih komentarjev, združenih po treh glavnih vstopnih točkah portala.

4.3 Študentska raziskovalna naloga

Študentka UP FTŠ Turistice Sara Lakič je med opravljanjem dela v eni od podeželskih gostiln v hribovju v bližini Ljubljane izdelala seminarsko raziskovalno nalogo pod mentorstvom avtorja tega dokumenta. Njen kratek povzetek je prikazan v poglavju o rezultatih zbiranja povratnih informacij.

4.4 Turistično gospodarstvo

Na 20 e-naslovov predstavnikov turističnega gospodarstva je bilo poslano spodnje sporočilo.

Odzvalo se je 7 oseb, med katerimi so predstavniki javnega (država, občina), nevladnega in poslovnega sektorja. Enega od odzivov je poslal strokovnjak za družbeno in trajnostno odgovornost podjetij iz ZDA.

Večina slovenskih podjetnikov, ki se je odzvala, je med prejemniki nagrad Slovenske turistične organizacije za najboljše inovativne dosežke Sejalec in/ali Snovalec, torej gre za razvojno aktivnejši del populacije slovenskega turističnega gospodarstva.

----- Forwarded message -----

From: **Dejan Krizaj** <dejan.krizaj@fts.upr.si>

Subject: Portal - socialni turizem, s poudarkom na programih za seniorje

Spoštovani,

sodelujem pri projektu UP FTŠ Turistice na temo RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI, S POUČARKOM NA PROGRAMIH ZA SENIORJE.

Sodelujem v točki razvoja prototipa portala. Gremo do študije izvedljivosti, ne dlje. Osnovni izgled portala je predstavljen na spodnjih povezavah.

Vstop za turiste:

<https://projects.invisionapp.com/share/CNA8093RJ#/screens/216463768>

Vstop za ponudnike:

<https://projects.invisionapp.com/share/CNA8093RJ#/screens/216463765>

Če utegnete, bi vas prosil, da na poljuben način in v poljubni obliki komentirate spodnje vsebine in vprašanja. Predvsem z vidika vašega vodilnega razvojnega delovanja na tem ali sorodnem področju.

Ni potrebno, da komentirate vse zapisano v nadaljevanju. Zanima me le vaše mnenje o uporabi portala v tej zgodbi. Če se vam zdi primerno, lahko mnenje strukturirate tudi po prednostih/slabostih/priložnostih/nevarnostih uvedbe takšnega portala ali njegove integracije v druge (katere?) inf. sisteme.

Hvala in lep pozdrav,
Dejan Krizaj

doc. dr. Dejan Krizaj

prodekan za mednarodno in razvojno sodelovanje

<http://www.linkedin.com/in/dejankrizaj>

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije - Turistica

dejan.krizaj@fts.upr.si | www.upr.si/en/international | www.turistica.si

IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI, S POUČARKOM NA PROGRAMIH ZA SENIORJE

Osrednji cilj projekta je spodbujanje povečanja konkurenčnosti slovenskega turizma na področju razvoja produktov t.i. socialnega turizma. Socialni turizem je namreč kompatibilen z načeli trajnostnega razvoja turizma in prinaša številne ekonomske in socialne koristi za posameznike in družbo.

Izhajamo iz predpostavke, da je socialni turizem v Sloveniji (pa tudi sicer) zelo nejasno opredeljen in zato je posledično zelo težko identificirati različne programe oz. modele socialnega turizma ter zagotoviti njihov uspešen razvoj, podprt z ustreznimi podpornimi sistemi in/ali mehanizmi. Ker potenciali socialnega turizma v Sloveniji niso dovolj izkoriščeni, je namen projekta (1) analizirati stanje na področju socialnega turizma v Sloveniji ter (2) analizirati razvojne potrebe in razvojne potenciale na področju razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, (3) oblikovati predloge sistemskih ukrepov sektorskih politik, ki bodo služile kot podlaga za razvoj konkurenčnih produktov in storitev socialnega turizma v Sloveniji, (4) razvoj prototipa portala za podporo razvoja in promocijo socialnega turizma in nazadnje tudi (5) informiranje in diseminacija rezultatov projekta. Metode dela, ki se jih bomo posluževali pri projektu so poleg analize literature, raziskav in strateških dokumentov tudi a) polstrukturirani intervjuji s ključnimi predstavniki socialnega turizma v Sloveniji – kvalitativna metoda raziskovanja ter b) spletna anketa med predstavniki turističnega gospodarstva – kvantitativna metoda raziskovanja.

Študija izvedljivosti portala socialnega turizma (ki se lahko vključi tudi v druge portale) naslavlja razvojne, poslovne in marketinške priložnosti za ta segment turizma.

A. promocijska komponenta

- vsa ponudba socialnega turizma na enem mestu
- informiranje o priložnostih in dimenzijah socialnega turizma

B. razvojna komponenta

- avtomatska kategorizacija turističnih ponudnikov (da izvejo, kakšno vlogo imajo ali bi lahko imeli na področju soc.t.)
- nabor korakov za identificiranje in izkoriščanje priložnosti za prilagajanje različnim dimenzijam socialnega turizma
- pomoč pri razvoju specialnih produktov socialnega turizma
- partnersko razvojno sodelovanje

Vprašanja, na katere so odgovarjali turistični ponudniki ali druge organizacije, ki se že ukvarjajo s programi za starejše:

1 - Kako pomembne/nujne so po vašem mnenju izboljšave vaših obstoječih programov za starejše na spodnjih treh področjih?

- nadgrajevanje vsebine programov
- dvig nivoja izvedbe programov
- učinkovitejša promocija programov

2 - V kolikšni meri bi uporabljali naslednje opcije spletnega mesta, ki bi bilo namenjeno promocijo in razvoju ponudnikov turizma za starejše?

- objava priložnosti za prijave na relevantne domače in EU razpise
- objava priložnosti za relevantna izobraževanja
- objava primerov dobrih domačih in tujih praks turizma za starejše
- objava novosti iz aktualne ponudbe slovenskih izvajalcev turizma za starejše
- orodje za spletno komuniciranje med izvajalci turizma za starejše
- orodje za organiziranje skupnih srečanj vseh izvajalcev turizma za starejše
- orodje za sestavljanje skupnih turističnih paketov z drugimi ponudniki na tržišču
- orodje, ki bi na osnovi vaših vnesenih obstoječih produktov predlagalo možne nadgradnje vaše ponudbe

3 - Kateri so danes vaši trije glavni problemi pri:

- promociji in prodaji programov za starejše?
- izvedbi programov za starejše?
- razvoju novih programov za starejše?

5 Rezultati zbiranja povratnih informacij

Poglavje predstavlja zbrane odzive zbrane iz predhodno predstavljenih štirih virov informacij. Podčrtane izjave so uporabljene v TELOS analizi v poglavju, ki sledi predstavitvi rezultatov.

5.1 Splošni intervjuji z deležniki

Kvantitativni rezultati šestih intervjujev:

	<u>povprečje</u>	S1	S2	S3	S4	S5	S6
1 - Kako pomembne/nujne so po vašem mnenju izboljšave vaših obstoječih programov za starejše na spodnjih treh področjih?							
- nadgrajevanje vsebine programov	<u>4,8</u>	5	5	5	4	5	5
- dvig nivoja izvedbe programov	<u>4,3</u>	5	3	5			4
- učinkovitejša promocija programov	<u>4,4</u>	3	5	4		5	5
2 - V kolikšni meri bi uporabljali naslednje opcije spletnega mesta, ki bi bilo namenjeno promocijo in razvoju ponudnikov turizma za starejše							
- objava priložnosti za prijave na relevantne domače in EU razpise	<u>3,0</u>	5	5	1	1	5	1
- objava priložnosti za relevantna izobraževanja	<u>3,2</u>	5	1	1		5	4
- objava primerov dobrih domačih in tujih praks turizma za starejše	<u>4,0</u>	5	5	3	3	5	3
- objava novosti iz aktualne ponudbe slovenskih izvajalcev turizma za starejše	<u>3,3</u>	3	4	4	1	5	3
- orodje za spletno komuniciranje med izvajalci turizma za starejše	<u>2,4</u>		5	1	1	2	3
- orodje za organiziranje skupnih srečanj vseh izvajalcev turizma za starejše	<u>2,4</u>		4	1	3	1	3
- orodje za sestavljanje skupnih turističnih paketov z drugimi ponudniki na tržišču	<u>3,0</u>	1	5	3	3	3	3
- orodje, ki bi na osnovi vaših vnesenih obstoječih produktov predlagalo možne nadgradnje vaše ponudbe	<u>2,5</u>		5	1		1	3

V prvem delu so anketiranci odgovarjali na vprašanja povezana z **izboljšavami programov za starejše** na treh področjih.

Na področju nadgrajevanja **vsebine** (povprečje 4,8) programov so se strinjali, da so le te pomembne. Eden od njih je poudaril, da je to pomembno tudi za starejše, čeprav bi kdo pričakoval drugače.

Na področju dviga **nivoja izvedbe** (4,3) so se sogovorniki tudi pretežno strinjali s pomembnostjo ob predpostavki, da je potrebno upoštevati standard upokojujencev, ki v večini primerov ni visok.

Tudi **učinkovitejša promocija** (4,4) je pomembna, pri čemer se nekateri od sogovornikov bojujejo s pomanjkanjem financ in kadrov za to področje.

Če povzamemo vse tri skupine odgovorov, velja, da se vsi sogovorniki strinjajo s pomembnostjo izboljšav programov za starejše.

V drugem delu so anketiranci podajali mnenja o možnih **funkcionalnostih portala**, ki bi bil v podporo razvoju, izvajanju in promoviranju programov za starejše.

Odgovori na možnosti za objavo priložnosti za **prijave na relevantne domače in EU razpise** (3,0) nihajo iz ene skrajnosti v drugo (pol jih je ocenilo s 5, pol z 1). Ena od možnosti je, da se jim zdi tovrstnih virov še dovolj; lahko pa gre tudi za to, da gre za organizacijo/osebo, ki je zelo ali manj aktivna na področju razpisov. Aktivni so si že našli svoje vire informacij, za tiste manj aktivne pa je vsak vir informacij mnenju zanimiv.

Podobna razhajanja so se pojavila tudi pri **priložnostih za relevantna izobraževanja** (3,2), ki bi jih objavljali na portalu. Omenjeno je bilo, da je področje še slabo poznano (izven manjše skupine, ki se s tem že ukvarja).

Objavi primerov **dobrih domačih in tujih praks** (4,0) turizma za starejše so bili sogovorniki najbolj naklonjeni. Poudarili so tudi pomembnost izmenjave takšnih praks v živo.

Objava novosti **iz aktualne ponudbe slovenskih izvajalcev turizma za starejše je bila v zgornji polovici bolje ocenjenih vsebin portala. Ne smemo pozabiti na podajanja informacij na zgoščen in hkrati razumljiv način**

Orodje za **spletno komuniciranje med izvajalci** turizma za starejše je bilo slabše ocenjeno, večina meni, da že komunicirajo ali pa je to potrebno opraviti v živo.

Orodje za **organiziranje skupnih srečanj** vseh izvajalcev turizma za starejše je bilo ocenjeno enako kot spletno komuniciranje.

Orodje za **sestavljanje skupnih turističnih paketov** z drugimi ponudniki na tržišču je bilo dokaj usklajeno ocenjeno z oceno 3. Večina sogovornikov se zaveda, da gre za klasični izziv destinacijskega managementa, s katerim se turistične destinacije borijo tudi sicer - kako povezati zanimive vsebine v kakovostne kombinacije.

Možnost orodja, ki bi ponudniku na osnovi njegovih vnesenih obstoječih produktov predlagalo **možne nadgradnje ponudbe** je bilo med slabše ocenjenimi.

V tretjem delu pogovora je šlo za **trenutne glavne probleme** sogovornikov na treh področjih.

Na področju **promocije in prodaje** programov za starejše so bili omenjeni: logistika, spletna prisotnost, nelojalna in nezakonita konkurenca, omejena finančna sredstva in sezonskost.

Pri **izvedbi** programov za starejše so se pojavili problemi: varnosti in zavarovanja, odvisnost od (ne)kakovosti najetega vodnika ter posledično negativen ali pozitiven ugled organizatorja, transport in finančne omejitve starejših turistov.

Glede problemov povezanih z **razvojem** novih programov za starejše je bil pomemben odgovor, da je to stvar inovativnosti ponudnika. Omenjeno pa je tudi bilo, da je ponudba za to vrsto turizma precej klasična in da obstaja dilema, ali jo sploh nadgrajevati, ker tisti, ki so aktivni, se znajdejo sami in iščejo nove kombinacije, manj aktivni pa so zadovoljni s ponudbo, kot je.

Poleg zgornjih vprašanj je bila zanimiva razprava z enim od intervjuvancev, ki se je začela z omembo portala »sindikalnega turizma« - www.sindikalne-pocitnice.si/. Aktiven je dve leti, beleži pa ca. 3.000 dostopov na mesec. Na tem portalu vsi sindikati objavljajo svoje počitniške kapacitete. Tega je po mnenju sogovornika ogromno še iz jugoslovanskih časov. Uporabniki so zadovoljni, ker so cene konkurenčne, in sogovornik meni, da so tisti, ki odhajajo sedaj v pokoj, s to ponudbo zagotovo seznanjeni.

5.2 Študenti

Na strani PROJEKT so študenti pogrešali več informacij o samem projektu in namenu prototipa ter boljšo opremljenost s slikami.

Na strani TURISTI lahko komentarje razdelimo po naslednjih skupinah:

- **Slike / izgled:** pogrešajo več slik ali projekcijo slik, predvsem slik, na katerih so ljudje; predlagajo večjezično različico, vsaj dodano angleško verzijo;
- **Vprašalniki:** je skupina, ki je prejela največ komentarjev, vsi so pozitivno naravnani in predvsem omenjajo, da je to lahko dobra dodana vrednost takšnega portala; ključni poudarki:
 - »Vprašalniki so dobra ideja, saj w tem se da uporabniku prilagoditi, kaj si želi in kaj mu bo všeč ter s tem popestrimo samo ponudbo.«
 - »Ankete se nam zdijo zelo dobro orodje za popestritve takih strani in tako postanejo ljudem veliko bolj zanimive za obisk.«
 - »Vprašalniki so zelo uporabni saj omogočajo prilagoditev ponudbe za vsakega posameznika ali organizacijo.«
 - »Zelo pozitivno se nam zdi, da lahko turist ponudnikom sporoči, kaj ga dejansko zanima. Ponudniki bodo tako lahko izdelali osebnejši in ustrežnejši počitniški paket, s katerim je bolj verjetno, da bo potrošnik zadovoljen.«
 - »Menimo, da so vprašalniki zelo priročni, tako kot za organizacijo, kot tudi za vsakega posameznika, ki obišče to stran, saj se mu ponudba prilagodi posebej zanj.«
 - »Sami vprašalniki pa morajo biti zanimivi in unikatni, da pritegnejo vsakega posameznika, da ga izpolni.«
 - »Menimo, da je možnost izbire nastanitve , kaj si bo posameznik ogledal, kje se bo gibal, kje hranil itd. po svoji želji veliko boljša, kot pa organizirano potovanje. Je pa res, da je to odvisno tudi od vsakega posameznika, saj se nekateri ne znajdejo v tujih mestih in se raje držijo skupine, da se ne bi izgubili in zaradi tega si ogledujejo ter obiskujejo atrakcije, ki jih dejansko sploh ne zanimajo.«
 - »Veliko ljudi si želi potovati, vendar ne ve kam, zato mi je ta vprašalnik zelo všeč, saj vsakemu posamezniku omogoča, da ugotovi kaj ga najbolj zanima.«
- **Kategorije ponudbe:** se nanašajo na to, kaj in kako bi bilo lahko ponujeno turistom, tako recimo predlagajo:
 - »Ker v skupino socialno šibkejših ljudi, pogosto spadajo tudi težko bolni ali telesno prizadeti, bi v tem kontekstu razmislila o posebni kategoriji ponudbe na portalu, ki bi omogočala pregled ponudbe za takšne ljudi. Primer. na enem mestu zbrane nastanitve, ki so primerne za invalide, ponudba počitnic za določen tip bolnikov itd.«
 - »Ponudbe naj imajo zanimiv opis in slikovno gradivo, saj na ta način najlažje privabimo goste. Ponudba naj zajema tako enodnevne izlete in doživetja, kot tudi oddih za več dni.«
 - »obveščanje potencialnih strank z last minute ponudbami in prilagajanje ponudbe posamezniku«

- **Pobude:** pozitivno je sprejeta tudi možnost oddaje pobud turistov; bolj konkretno predlagajo:
 - »Zdi se nam dobra zamisel, da lahko turisti sami dodajajo in preverjajo pobude, saj si lahko tako najdejo primerno družbo in si zagotovijo še bolj zanimivo in zadovoljivo izkušnjo, iz katere lahko pridobijo tudi nova poznanstva in prijateljstva za bodoča potovanja in počitnice.«
 - »Naše mnenje je, da je zelo dobro da lahko uporabniki dodajo idejo za turistično ponudbo, saj s tem pripomorejo k bolj kvalitetnejšim ponudbam.« (...) »in s tem pomagajo ustvarjati večjo in zanimivejšo ponudbo.« (...) »saj s tem omogočajo so-ustvarjati ponudbo«.

Na strani PONUDNIKI so bili oddani komentariji, razdeljeni v naslednje skupine

- **Izgled:** pogrešajo več slik ali takojšnjo povezanost z dejavnostjo in vsebino portala;
- **Pobude:** podobno kot pri strani TURISTI se tudi na tej strani strinjajo z uporabnostjo sistema za oddajo pobud:
 - Zdi se nam primerno, da lahko ponudniki že na samem začetku sodelujejo s svojimi idejami in predlogi, saj se lahko s tem ustvari dobra turistična ponudba, ki bi ustrezala tako turistom kot ponudnikom.
- **Vprašalnik:** podobno so jim všeč tudi vprašalniki, tako iz razloga, da ponudniki več izvejo od potencialnih shrank, kot da se ponudniki lažje pozicionirajo, kakšen tip ponudnika socialnega turizma so ali lahko postanejo; ter da izvejo, kakšne so konkretne priložnosti socialnega turizma za njih.

5.3 Študentska raziskovalna naloga

V prvem koraku je študentka zapisala svoja mnenja o raziskovani problematiki in se s tem pripravila na intervju.

1. Kakšne so po vašem mnenju priložnosti za seniorski turizem v kraju K in v njegovi okolici?

- *Menim, da so priložnosti za seniorski turizem dobre, predvsem iz vidika okolja in narave. Kraj ponuja prelepo naravo, bolj čist in ugoden zrak za starejše. Teren ni zahteven in je prijazen ter primeren za krajše, nenaporne pohode oz. aktivnosti za starejše.*
- *Prav tako je v bližini glavno mesto, ki ima velik pomen za turizem v Sloveniji in do katerega je speljana dobra javna infrastruktura. Poleg glavnega mesta pa je v bližnji okolici še veliko drugih turistično pomembnih in zanimivih krajev oz. atrakcij*
- *Tudi kulinarčno je dobro preskrbljeno, v samem centru vasi se namreč nahajata dve dobro poznani gostilni z dolgo tradicijo, ki vsaka na svoj način odlično postrežeta z značilnimi slovenskimi dobrotami.*

2. Kakšne so po vašem mnenju izkušnje s starejšimi gosti v gostilni G?

- *Izkušnje so zelo pozitivne, namreč gre za gostilno z dolgo tradicijo in so gostje, ki jo obiskujejo že vrsto let. Prav tako v to generacijo spadata zdajšnja lastnika, zato se s dotičnimi gosti še bolj razumejo. Gostilna ponuja res kakovostne jedi oz. storitve, zato se gostje vedno znova vračajo.*
- *Na splošno starejši radi zahajajo v hribe, zato jim v bistvu le-ti predstavljajo glavnino vseh gostov, zlasti med tednom, ko so mlajše generacije v službah oz. šolah.*
- *Ponujajo predvsem domače, tradicionalne slovenske jedi ter kosila, kar se v večini starejšim še bolj dopade.*

3. Kakšne so po vašem mnenju priložnosti za seniorski turizem za gostilno G?

- Za gostilno bi bilo to pozitivno, vendar le v smislu, da bi turistom zagotavljali prehrano.
- V kolikor bi prišlo do razvitja seniorskega turizma v kraju K, ima gostilna dovolj objektov in površine, da bi se dodatno usmerila še v nastanitveno dejavnost.

4. Kakšne so po vašem mnenju priložnosti za druge oblike socialnega turizma na Katarini in v njeni okolici?

- Socialni turizem za otroke oz. družine z nizkimi dohodki: Ta oblika se mi zdi za kraj K primerna oz. so dobre priložnosti. Ponovno bi imela velik pomen narava, zdravje oz. zdravo življenje, hribi, pohodništvo, na splošno hribovsko življenje, aktivnosti oz. dejavnosti. Organizirani bi bili lahko tabori oz. šole v naravi za otroke, s poudarkom na prej omenjenih tematikah.
- Turizem za gibalno ovirane oz. invalide: Zaradi terena in aktivnosti, ki se na tem prostoru izvajajo, bi bil kraj K v tem primeru nekoliko manj primeren. Vsekakor pa bi jim zrak, narava ter ogled dejavnosti dobro deli.

5. Ali je katera od priložnosti v prejšnjem odgovoru primerna tudi za gostilno G? Katere so in katere ne - zakaj?

- Podobno kot pri seniorskem turizmu, bi za potrebe socialnega turizma za otroke oz. družine z nizkimi dohodki, lahko gostilna dejavnost razširila še vsaj na nastanitveno, v nasprotnem primeru bi lahko nudila le oskrbo s prehrano. Poleg tega gostilna razpolaga z objekti namenjenim živalim oz. kmetovanju, kar bi kot okolju za kakšne taborje oz. šole v naravi primernost le še povečalo, saj bi dejansko ponazarjalo samooskrbovalno kmetijo kot način hribovskega življenja. Otroci bi tako obenem uživali, bili v naravi, se na nek način izobraževali ter prisostvovali delu in življenju, ki ga okolje ponuja.
- V primeru, da bi gostilna delovala na slednje opisanem načinu, bi bili lahko vključeni tudi gibalno ovirani oz. invalidi. Vsekakor bi pri določenih aktivnostih manj sodelovali, pa vendar bi lahko spoznavali način življenja, uživali, bili v naravi ter se izobraževali.

6. Kako bi se po vašem mnenju portal dalo še izboljšati?

- Med ponudbo bi bilo čim več slik in podroben opis kako določeno potovanje poteka, destinacija izgleda, kaj se kje dogaja. Za stran s ponudbo za otroke oz. mladino bolj otroško oblikovana oz. otrokom privlačnejša stran. Obratno za starejše in njim prilagojena stran.
- Možnost darovanja oz. denarne pomoči tudi drugih ljudi.
- Krajše ankete ali vprašalniki o ponudbi, ki so jo izbrali in obiskali
- Glede na to, da gre za družine in otroke, ki jim počitnice niso samoumevne, bi lahko bi bile kakšne pozitivne kratke zgodbe, v katerih bi družine povedala kaj so jim le-te pomenile.

Pogovor z lastnikom/a gostilne G

V drugem koraku je študentka lastniku predstavila predhodno pripravljena zgornja razmišljanja in ugotovitve v točkah 1-5. Nato je opisala še potek intervjuja:

Kakšni se vam, lastnik gostilne G, zdijo zgornji predlogi in razmišljanja? Ali imate še dodatne?

- Predlogi se jim zdijo zanimivi in tudi uresničljivi, vendar sami nimajo želje po preusmerjanju oz. dodajanju dodatnih storitev.

Ali bi vas zanimalo še bolj intenzivno delo/ponudba s takšnimi gosti?

- Takih gostov imajo že sedaj veliko, prav tako po njihovem mnenju niso zelo zahtevni gosti oz. so jim glede na njihov tip gostilne in okolice le-ti bolj naklonjeni. Vendar vseeno zaenkrat nimajo potrebe po kakršnihkoli spremembah.

Kakšno pomoč bi pri tem lahko dobili na portalu?

- Portal bi jim bil kot oglaševalsko orodje in ponudbo svojih storitev.

Ali bi vas zanimala kakšna od spodnjih opcij, če bi jih portal imel? (označeno z X)

X- objava priložnosti za prijave na relevantne domače in EU razpise

~~–objava priložnosti za relevantna izobraževanja~~

X- objava primerov dobrih domačih in tujih praks turizma za starejše

X- objava novosti iz aktualne ponudbe slovenskih izvajalcev turizma za starejše

~~–orodje za spletno komuniciranje med izvajalci turizma za starejše~~

X- orodje za organiziranje skupnih srečanj vseh izvajalcev turizma za starejše

~~–orodje za sestavljanje skupnih turističnih paketov z drugimi ponudniki na tržišču~~

X- orodje, ki bi na osnovi vaših vnesenih obstoječih produktov predlagalo možne nadgradnje vaše ponudbe

A. Povzetek proste razprave z lastnikom gostilne G.

- *Lastnik je pohvalil moje predloge. Na splošno se mu je ideja o seniorskem turizmu pri njih zdela možna, tudi sami so o nekaterih idejah, kot npr. nadgradnji gostilne s nastanitvenimi objekti, že razmišljali, vendar tega trenutno ne potrebujejo, prav tako pa kot pravijo za to "nimajo več energije".*
- *Samega koncepta seniorskega turizma niso točno poznali, so pa že slišali zanj.*

B. Dodajte predloge oz. dopolnitve vaših dosedanjih razmišljanj, ki so se vam utrnili med in po pogovoru:

B1. Kako bi lahko obogatili ponudbo socialnega turizma v kraju K?

- *Med pogovorom sem ugotovila, da imajo v kraju tudi osnovno šolo, ki je še posebno dobro in primerno opremljena za otroke s posebnimi potrebami, kar bi prišlo zelo prav pri ponudbi socialnega turizma.*

B2. Kako bi lahko obogatili ponudbo gostilne G?

- *Še vedno se mi zdi, da bi največ pridobili s dodajanjem nastanitvenih kapacitet ter kakšnimi živalmi, da bi bilo kot turistična kmetija.*

B3. Na kakšne načine bi se gostilna G na področjih iz B1 in B2 lahko povezala z drugimi parterji?

- *Povezala bi se lahko s šolo, s kakšnimi drugimi kmetovalci/obrtniki v kraju, z domom starejših občanov v bližnjem večjem naselju v dolini, s šolami in vrtci v okolici.*

B4. S kom bi se bilo še smiselno pogovoriti glede priložnosti socialnega turizma v kraju K?

- Z gostilno H in turistično kmetijo J.

5.4 Turistično gospodarstvo

Podčrtane izjave so uporabljene v TELOS analizi, ki sledi poglavju o rezultatih.

5.4.1 Oseba 0

Sem na hitro pogledala prototip in se mi zdi ličen, izčiščen, pregleden – le češnjevi cvetovi (ki so meni sicer zelo zelo všeč) me ne asociirajo na turizem za vse.

5.4.2 Oseba 1

Jaz sem načeloma skeptična do novih portalov, ki nimajo močnega ozadja. Npr. podoben konzorcij ima bazo zadaj, par deset članov, in bi mogoče portal, kot ga predlagaš (promocija + razvoj) imel smisel, medtem ko postavljati tak portal kar tako, za neke potencialne uporabnike - se mi zdi, da ne zaživi. V poplavi portalov se sploh vse izgubi, če ni res dobro umeščeno, z močnimi vsebinami, bookingom, močno razvojno podporo, ki bi ponudnike vlekla gor in zraven, itd. Druga težava je, da gre res za nišo - programi za starejše - ko sem se ukvarjala s podobnim projektom, nisem našla nič kaj pametnega razen nekaj ponudb za seniorje v termah. Vprašanje je, kdo na strani ponudnikov bo zainteresiran za sodelovanje v tej obliki - verjetno jih pridobiš na kakšno delavnico, kaj več pa ne verjamem..

Največ smisla bi bilo na koncu projekta pripraviti nekaj, kar se umesti v spletne strani STO - če se sploh najde dovolj vsebin s tega področja. Razvojna komponenta, ki bila na tem področju še kako potrebna, pa če prav razumem, iz vašega projekta ne bo zagotovljena?

5.4.3 Oseba 2

In my opinion, the portal for senior/elderly tourism in Slovenia is a good mechanism/opportunity for allowing senior tourists and tourism providers to co-create experiences for this market segment, thereby allowing both parties to 'co-own' the product. My concern is that if the tourism providers are going to define/identify what 'elderly' tourism means based on tourists' age, this approach may disenfranchise those tourists who do not consider themselves to be 'senior' or 'elderly' (even though they may fall within the age bracket) due to

the heterogeneity of this specific population - my rationale for this statement may be better understood based on the following question - if there is a portal for 'teenager' tourism, would teenagers be likely to use the portal? Yes, if the tourist feels he/she falls in that age demographic, but perhaps no if they feel they are young adults and do not necessarily associate themselves with the 'teenager' category

5.4.4 Oseba 3

Zanimiva pobuda, vsaka segmentacija in targetiranje zelo dobrodošlo. Prvo vprašanje, ki se pojavlja je ali govorimo bolj v smeri sindikalnega turizma, ali v smeri dostopnega, skratka res je, definicije si zelo nasprotujejo.

Sama sem zelo za smer dostopnega turizma. S takšnim ali drugačnim handicapom globalno potuje preko 100 mio ljudi. Segmentacija mi je torej bolj smiselna v kontekstu omejitev, kot pa demografska. Dejstvo pa je, da s starostjo % narašča. Zelo dobrodošli gosti tudi z vidika sezonalizacije.

Na terenu je izredno pomanjkanje tovrstnih programov oz. so neprimerni, nedodelani, neinovativni – ti gosti si želijo enakega tretmaja in pogosto tudi imajo sredstva za dodelane

produkte. Raziskave dejansko kažejo, da so, konkretno seniorji, precej nezadovoljni na svojih potovanjih. Velika težava, ki se kaže je ta, da imajo naše nastanitve po eno, dve sobi za gibalno ovirane, kar pa za organizatorja potovanja pogosto predstavlja nepremostljivo oviro.

Glede na to, da so pri nas tako močna zdravilišča, je tu sinergijski interes razvoja tovrstne ponudbe, ki je interesantna za ciljno skupino, vedno pa moramo imeti pred očmi, da si tudi ti gosti želijo aktivnih doživetij.

Glede celotne pobude iskreno menim, da je zelo ne mestu, da nedvomno potrebujemo razvoj tovrstnih produktov, izobraževanja, fokus slovenskega turističnega gospodarstva, se pa bojim, da podjetja preprosto nimajo takšnih organizacijskih navad, gredo konkretno na business, zanimajo jih kontakti organizatorjev potovanj, priti na booking, bolj kot na novo spletno stran, ki pa bi sicer zagotavljala tudi zelo pomembno razvojno funkcijo + še ni kritične mase (upam, da se motim).

Res bo najboljšo vprašati ponudnike in organizacije, sporoči glede izsledkov, nedvomno bi si želeli v prihodnje več razvoja na tem področju.

5.4.5 Oseba 4

O socialnem turizmu nisem ravno preveč podučena. Vsekakor gre za pojav, ki ima lahko širši pozitivni družbeni vpliv. Tukaj so verjetno najbolj primerna ciljna skupina upokojevalci, ki imajo zaenkrat še dokaj solidne pokojnine in predvsem prosti čas, ki ga lahko namenijo za koriščenje raznovrstne turistične ponudbe. Kljub temu, da gre za na videz manj donosno obliko turizma, pa temu ni nujno tako, saj lahko na drugi strani s tovrstnim turizmom »mašimo luknje v nizkih sezonah« - vemo, da je najdražja postelja prazna postelja. Po drugi strani bi seveda socialno najbolj ogroženim ljudem lahko del stroškov povrnila tudi država. Vendar ne v obliki direktnih denarnih sredstev, ampak namenskih, v obliki nekega bona, ki je vnovčljiv le za turistične ponudbe. Tak turizem potem na koncu prinese ekonomske učinek vsem: turističnim ponudnikom, posameznikom, ki na ta način izboljšujejo svoje psihološke in fizične sposobnosti in seveda družbi, ki bo imela manj težav s svojimi upokojevalci, če si bodo le-ti lahko privoščili počitek, rekreacijo...

Obenem jaz tukaj vidim še en vidik, ki pa gre bolj na socialno podjetništvo, ampak v turizmu. Prav v našem projektu smo razmišljali, da je idealen za t.i. socialno podjetništvo: v ponudbo bi se lahko v veliki meri vključilo lokalno prebivalstvo: mamca bi ponudila jajčka, domač kruh, sadje, domačo marmelado, čebelar domač med, vinar žlahtno kapljico – cela regija bi lahko imela koristi od turistov, ki prihajajo na neko destinacijo. S tem bi država zmanjševala socialno ogroženost, ker bi upokojevalci lahko nekaj primaknili svojim bornim penzijam, delo na podeželju in domači produkti bi pridobivali na veljavi, ohranjala bi se kulturna krajina, podeželje bi spet oživel, odnos lokalnih prebivalcev do turistov bi se spremenil... To se mi zdi ključno. Pa lokalno pevsko društvo bi lahko priredilo en vaški večer s petjem, igranjem, animacijo, druženjem z lokalnim prebivalstvom... Ampak meni se zdi, da se to pravo podeželje prav načrtno ubija: preganja se mamce, ki za 2 EUR prodajajo 10 jajc – halo? Na tak način bi bil po mojem mnenju tudi turizem bolj dostopen širšim množicam in predvsem bolj zanimiv, pristen

Glede spletne aplikacije: se mi zdi zanimiva in dobrodošla, mislim pa da je primerna predvsem za domače goste. Tujim jaz tega ne bi ponujal, ker imam itak občutek, da se Slovenija razprodaja precej pod ceno, glede na kvaliteto ponudbe. Kje na svetu pa dobiš kosilo za 6-8 EUR kot pri nas? Nikjer: ne na zahodu, ne na vzhodu, ne na Balkanu...Razen, če bi razliko v ceni pokrivala država. Sem pa pri teh zadevah tudi vedno skeptičen do tega, kdo bodo dejanski koristniki takega socialnega turizma: tisti, ki so res socialno ogroženi, ali tisti, ki se znajdejo – običajno so to ti slednji...

Moja vizija Slovenije je sicer: ekološki otok sredi Evrope. Kot majhna država smo to zmožni narediti. Imamo prelepo pokrajino, moramo samo končati z intenzivno proizvodnjo, opustiti gojenje koruze in vse subvencije usmeriti v ekološko pridelavo – uspeh več kot zagotovljen. Na ta način dobimo prave goste z debelimi denarnicami in po poštenih cenah, kar bi nam zelo hitro omogočilo tudi dvig kakovosti ponudbe, ki pa je že sedaj na kar lepem nivoju – ampak za petičneže bo potrebno pa še kaj postoriti.

5.4.6 Oseba 5

- v vseh primerih, bi se na spletni strani izogibala besedi socialni turizem in uporabila bolj všečen izraz (npr. za plitke žepe, za preproste turiste, dostopnejši turizem, skratka nekaj v tem smislu);

- morda drugače strukturirati - narava in kultura (morda oboje združiti v DOŽIVETJA, to lahko vključuje obisk kulturnih in naravnih znamenitosti (parki + objekti), vključuje poseben zgodbe, degustacije, obisk prireditev itd.);

Kaj vas zanima? [=Ponudba socialnega turizma]

[Izleti](#) | [Počitnice](#) | [Nastanitev](#) | [Kulinarika](#) | [Šport in rekreacija](#) | [Narava](#) | [Kultura](#) |

- sprašujem se, čemu je namenjeno spodnje vprašanje? Morda: Zanima nas vaše mnenje, da pripravimo za vas zanimivo ponudbo. Izpolnite kratek vprašalnik

Kateri tip turista ste? [=Kategorizacija socialnega turista]

Izpolnite kratek vprašalnik za vam prilagojeno ponudbo

- ni mi jasno čemu je spodnje vprašanje namenjeno? A da ponudnik klika na razlog? Verjetno je to bolj mišljeno kot vabilo ponudnikom v smislu:

Bodi družbeno koristen turistični ponudnik in vključi svojo ponudbo v "TURIZEM ZA VSE".

Pripomogel boš: (se navede priložnosti: npr. dobro delo; več turistov zunaj glavne turistične sezone; osrečevanje ljudi....)

Zakaj sodelovati v iniciativi "Turizem za vse"? [=Priložnosti socialnega turizma]

[Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#) | [Razlog](#)

- manjka mi pri ponudnikih:

-- jasen "gumb" za vnos ponudbe (če sem turistični ponudnik);

-- koristi/prednosti, ki jih pridobim (npr. brezplačna promocija itd.);

-- pregled ponudnikov (služi tudi kot referenca, za pridobitev novih);

-- izjave ponudnikov, ki sodelujejo (neke vrste priporočila)...

Skratka, ni mi točno jasno kaj je pravzaprav vsebina projekta. Če prav razumem, gre za pregled ponudbe na enem mestu (predvsem namenjene turistom), ki bo omogočala "nakup/rezervacijo" določene ponudbe po "posebnih cenah". Če to drži, je portal preveč formalen in premalo "tržno/promocijsko" usmerjen.

Sicer pa:

- bi bilo zanimivo, da ima omenjena ciljna skupina (senjori) zbrano ponudbo na enem mestu;
- morda bi jo bilo smiselno strukturirati po "njihovih težavah" (npr. gibalno ovirani, težave s srcem, diabetiki, demenca in druge težave, ki pestijo omenjeno ciljno skupino ali vsaj z ikonami slednje opredelit (kot imaš na booking.com in podobnih portalih) --> to po moje predstavlja dodano vrednost;
- dobro bi bilo izdelati "znak kakovosti/nagrade", ki se podeli vsem ponudnikom, ki ponujajo TURIZEM ZA VSE in se morda z nalepko/plaketo na vratih slednje oplemeniti (ala različne nagrade npr. trip advisor), s tem se morda še dodatno stimulira ponudnike, da sodelujejo.

5.4.7 Oseba 6

2 - V kolikšni meri bi uporabljali naslednje opcije spletnega mesta, ki bi bilo namenjeno promocijo in razvoju ponudnikov turizma za starejše?

- objava priložnosti za prijave na relevantne domače in EU razpise **VERJETNO, DA NE**
- objava priložnosti za relevantna izobraževanja **VERJETNO, DA NE**
- objava primerov dobrih domačih in tujih praks turizma za starejše **VERJETNO, DA JA**
- objava novosti iz aktualne ponudbe slovenskih izvajalcev turizma za starejše **VERJETNO, DA JA**
- orodje za spletno komuniciranje med izvajalci turizma za starejše **VERJETNO, DA JA**
- orodje za organiziranje skupnih srečanj vseh izvajalcev turizma za starejše **VERJETNO, DA JA**
- orodje za sestavljanje skupnih turističnih paketov z drugimi ponudniki na tržišču **VERJETNO, DA NE**
- orodje, ki bi na osnovi vaših vnesenih obstoječih produktov predlagalo možne nadgradnje vaše ponudbe **VERJETNO, DA JA**

3 - Kateri so danes vaši trije glavni problemi pri (napačno zaporedje „problemov“, najprej razvoj, nato promocija in nato izvedba):

- promociji in prodaji programov za starejše? **Menim, da redko kateri ponudnik nastanitve (bodisi hotel ali sobodajalec) ima konkretne programe namenjene seniorjem, vsaj na območju slovenske Istre. Terme po Sloveniji pa so druga zgodba. Spet pa je vprašljiva finančna upravičenost takih programov.**
- izvedbi programov za starejše? **Vprašljiva finančna upravičenost takega programa, pomanjkanje kadra.**
- razvoju novih programov za starejše? **Pomanjkanje znanja in interesa. Pomanjkanje infrastrukture.**

SWOT ANALIZA Portala za socialni turizem namenjen seniorjem

Prednosti

- Vsa ponudba na enem mestu
- Pomanjkanje tovrstne strani glede na perspektivno panogo
- Konkretno lahko potencialni gostje na takem portalu izbirajo ponudnike, ki npr.:
 - o Imajo prilagojene programe za starejše (dodatne aktivnosti, ki jih nudi ponudnik nastanitve na samem mestu)
 - o Prilagojeno infrastrukturo (npr. dvigalo, ne stopnice)
 - o Prilagojeno opremo v sobah (možnost uporabe rjuh namenjene ljudem s težavami inkontinence)
- Posebni promocijski paketi namenjenim seniorjem izven glavne sezone, torej bi lahko s tako stranjo dosegali podaljšanje sezone.
- Izmenjava izkušenj med gosti in med ponudniki
- Izogib izolacije starejših, ki je pereča težava

Slabosti

- Težko pregledna ponudba. To je splošna težava tovrstnih platform, ki zajemajo veliko informacij, ki jih želimo nato filtrirati.

- Spletna stran je pusta, dizajnersko neprivlačna, dolgočasna. Razumem, da je prototip, ampak že logotip mi ni všeč.
- Kako se bo spletna stran skozi čas vzdrževala, nadgrajevala oz. financirala? Bodo ponudniki prispevali za objavo svojih paketov oz. Ponudb? Kako se bo stimuliralo ponudnike, da bodo pripravljeni plačevati za oglaševanje na spletni strani oz. Kako bodo ponudniki videli pozitiven efekt te spletne strani? Kako bodo ponudniki lahko merili učinkovitost oglaševanja na spletni strani?
- Kako oglaševati tako spletno stran oz. Kje črpati sredstva za promocijo spletne strani?

Priložnosti

- Povezava s subjekti, ki združujejo seniorje, npr. društva upokojencev, ki so nato združena v zvezo društev upokojencev Slovenije.
- Spodbuda za ponudnike, da preko te platforme podaljšajo sezono.
- Tržna niša, ki glede na trend staranja raste iz leta v leto.

Nevarnosti

- Vsi starejši niso veščji pri uporabi interneta in težje pridejo do take spletne strani
- Vezano na to je potrebno dobro premisliti kje oglaševati tako spletno stran
- Nezaupanje do informacij, ki jih najdejo na taki spletni strani. Mogoče bi bilo smiselno vzpostaviti sodelovanje z zvezo upokojencev in napisati, da stran nastaja v sodelovanju z zvezo.
- Aktivna vloga posameznikov je vprašljiva (ko se prosi za idejo oz. pobudo) ravno zaradi neznanja uporabe interneta in nezaupanja.
- Po začetni evofriji, taka spletna stran, ki ni finančno zanimiva, po končanem projektu zamre in je neuporabna.

Glede integracije v druge informacijske sisteme bi bilo smiselno se povezati s turističnimi agencijami, ki bi preko te platforme prišle do ponudnikov tovrstnih storitev. Agencija bi na ta način lahko sestavila paket in ga prodala končnim kupcem.

6 »TELOS« povzetek in diskusija o povratnih informacijah

6.1 Potrebe deležnikov

POVZETEK: Na strani ponudnikov so glavne ugotovitve, da vsekakor drži, da z nacionalnega vidika potrebujemo več razvoja na tem področju, tudi zaradi priložnosti za zmanjšanje sezonskega vpliva turizma in velikega števila zdravilišč, ki ponujajo primerne in iskane storitve. Vprašanje pa je, ali so ponudniki dovolj zainteresirani za tovrstno ponudbo in povezovanje, kakšne so njihove »organizacijske navade« in kdo bo prevzel pobudo ter koordiniral celovit razvoj, ki ga takšno področje potrebuje.

Na splošno je bilo glede socialnega turizma predvsem govora o tem, da ima veliko podjetij še relativno malo prilagojene ponudbe. Na drugi strani je bilo zastavljeno vprašanje, kdo bo dejansko uporabljal (ali izkoriščal) ugodnosti socialnega turizma, ter ali je na področju seniorskega turizma sploh potrebno kaj dodajati, ker se iznajdljivi in zahtevnejši gosti znajdejo sami že sedaj. Zanimiva je bila tudi perspektiva, ali je izraz »seniorski« primeren, saj so morda med njimi tudi takšni, ki se z izrazom ne poistovetijo, čeprav (že) pripadajo tej statistični skupini¹.

UPORABLJENE IZJAVE:

- Vprašanje je, *kdo na strani ponudnikov bo zainteresiran za sodelovanje v tej obliki* - verjetno jih pridobiš na kakšno delavnico, kaj več pa ne verjamem..
- *Razvojna komponenta, ki bila na tem področju še kako potrebna*, pa če prav razumem, iz vašega projekta *ne bo zagotovljena?*
- Glede na to, da so pri nas tako močna *zdravilišča*, je tu sinergijski interes razvoja tovrstne ponudbe, ki je interesantna za ciljno skupino, vedno pa moramo imeti pred očmi, da si tudi ti gosti želijo aktivnih doživetij
- Glede celotne pobude iskreno menim, da je zelo ne mestu, da *nedvomno potrebujemo razvoj tovrstnih produktov*, izobraževanja, fokus slovenskega turističnega gospodarstva, se pa bojim, da *podjetja preprosto nimajo takšnih organizacijskih navad*, gredo konkretno na business, zanimajo jih kontakti organizatorjev potovanj, priti na booking, bolj kot na novo spletno stran, ki pa bi sicer zagotavljala tudi zelo pomembno razvojno funkcijo + še ni kritične mase (upam, da se motim).
- Res bo najboljšje vprašati ponudnike in organizacije, sporoči glede izsledkov, *nedvomno bi si želeli v prihodnje več razvoja na tem področju*.
- Kljub temu, da gre za na videz manj donosno obliko turizma, pa temu ni nujno tako, saj lahko na drugi strani s tovrstnim turizmom *»mašimo luknje v nizkih sezonah«* - vemo, da je najdražja postelja prazna postelja.
- This approach may disenfranchise those *tourists who do not consider themselves to be 'senior' or 'elderly'* (even though they may fall within the age bracket)
- v vseh primerih, bi se na spletni strani *izogibala besedi socialni turizem* in uporabila bolj všečen izraz (npr. za plitke žepe, za preproste turiste, dostopnejši turizem, skratka nekaj v tem smislu)
- seniorji, precej nezadovoljni na svojih potovanjih. Velika težava, ki se kaže je ta, da *imajo naše nastanitve po eno, dve sobi za gibalno ovirane*, kar pa za TA/TO pogosto predstavlja nepremostljivo oviro.
- Sem pa pri teh zadevah tudi vedno skeptičen do tega, *kdo bodo dejanski koristniki* takega socialnega turizma: tisti, ki so res socialno ogroženi, ali tisti, ki se znajdejo – običajno so to ti slednji...
- Omenjeno pa je tudi bilo, da je ponudba za to zvrst turizma precej klasična in da obstaja dilema, *ali jo sploh nadgrajevati, ker tisti, ki so aktivni, se znajdejo sami* in iščejo nove kombinacije, manj aktivni pa so zadovoljni s ponudbo, kot je.

¹ Ena od alternativ je npr. »gracious tourism«, kot je uporabljen v sklopu konference »Gracious Tourism and Hospitality towards 2030« - <http://dusitconference.com/about-us/#conferance>

6.2 Dodana vrednost portala

POVZETEK: Dodana vrednost portala se sogovornikom predvsem izkazuje z vidika aktivnega povezovanja ponudnikov in turistov (co-creation) na področju, ki lahko pripomore k zmanjšanju sezonskosti. Drži, da postaja predvsem seniorski turizem pomembna tržna niša in je potrebno poiskati rešitev za osrednjo povezovalno razvojno in promocijsko rešitev za ta segment. Ena od težko dosegljivih skupin informacij, uporabna tako za seniorski kot socialni turizem, je npr. evidenca raznolikim potrebam turistov obeh področij prilagojena ponudba programov, infrastrukture in opreme. Podobno je bila omenjena potreba po izmenjavi izkušenj med turisti, nevladnimi organizacijami in ponudniki, da bi ta zvrst turizma še bolje naslavljala potrebe uporabnikov ter zmanjševala izolacijo seniorjev in drugih segmentov uporabnikov socialnega turizma. Poudarjeno je bilo tudi, da je dobra plat portala možnost, da obiskovalec dobi svojim željam in potrebam prilagojeno ponudbo. Kot ključna opomba pod črto na temo dodanih vrednosti portala se je pokazala opomba enega od turističnih ponudnikov, da tak portal vidi predvsem kot oglaševalsko orodje. Pojavljala pa se je tudi skepsa do novih portalov v primeru, če nimajo res močnega ozadja, podpore in interesov: tako zaradi njihovega obstoja kot z vidika res kakovostne izvedbe.

UPORABLJENE IZJAVE:

- skeptična do novih portalov, ki nimajo močnega ozadja
- V poplavi portalov se sploh vse izgubi, če ni res dobro umeščeno, z močnimi vsebinami, bookingom, močno razvojno podporo, ki bi ponudnike vlekla gor in zraven, itd.
- a good mechanism/opportunity for allowing senior tourists and tourism providers to co-create experiences for this market segment, thereby allowing both parties to 'co-own' the product
- bi bilo zanimivo, da ima omenjena ciljna skupina (senjori) zbrano ponudbo na enem mestu;
- Prednosti
 - Vsa ponudba na enem mestu
 - Pomanjkanje tovrstne strani glede na perspektivno panogo
 - Konkretno lahko potencialni gostje na takem portalu izbirajo ponudnike, ki npr.:
 - o Imajo prilagojene programe za starejše (dodatne aktivnosti, ki jih nudi ponudnik nastanitve na samem mestu)
 - o Prilagojeno infrastrukturo (npr. dvigalo, ne stopnice)
 - o Prilagojeno opremo v sobah (možnost uporabe rjuh namenjene ljudem s težavami inkontinence)
 - Posebni promocijski paketi namenjenim seniorjem izven glavne sezone, torej bi lahko s tako stranjo dosegali podaljšanje sezone.
 - Izmenjava izkušenj med gosti in med ponudniki
 - Izogib izolacije starejših, ki je pereča težava
- Priložnosti
 - Povezava s subjekti, ki združujejo seniorje, npr. društva upokojencev, ki so nato združena v zvezo društev upokojencev Slovenije.
 - Spodbuda za ponudnike, da preko te platforme podaljšajo sezono.
 - Tržna niša, ki glede na trend staranja raste iz leta v leto.
- »Veliko ljudi si želi potovati, vendar ne ve kam, zato mi je ta vprašalnik zelo všeč, saj vsakemu posamezniku omogoča, da ugotovi kaj ga najbolj zanima.
- »Naše mnenje je, da je zelo dobro da lahko uporabniki **odajajo svojo idejo** za turistično ponudbo, saj s tem pripomorejo k bolj kvalitetnejšim ponudbam.« (...) »in s tem pomagajo ustvarjati večjo in zanimivejšo ponudbo.« (...) »saj s tem omogočajo so-ustvarjati ponudbo«.
- Portal bi jim bil kot oglaševalsko orodje in ponudbo svojih storitev.

6.3 Tehnični vidik

POVZETEK: Tehnične opombe se osredotočajo predvsem na tržno/promocijsko komponento in vprašanje, ali in kako bo portal namenjen tudi dejanskemu spletnemu

nakupovanju/rezerviranju. Vsekakor je končni cilj širjenje tega segmenta in dejanska prodaja aranžmajev. Tovrstne ponudbe je še izredno malo, zato je težko že govoriti o možnosti, da se le ta množično ponuja in kupuje preko spletnega mesta, je pa to dolgoročni fokus tega projekta in portala. Vprašanje je le, kakšen pristop bi bil najprimernejši v trenutni razvojni stopnji socialnega in seniorskega turizma, ko se ponudniki večinoma šele spoznavajo s priložnostmi, ki jih prinašata. Držijo pa vse ostale pripombe, vključno s tem, da je portal v prvem koraku verjetno primernejši za domače uporabnike (predvsem socialni turizem, ne drži pa to v tolikšni meri za seniorje). Glede izgleda so si izjave nasprotujoče; dobili smo nekaj predlogo za še privlačnejše zapise vprašanj – vabil k sodelovanju, prav tako nasvete za večjo preglednost in strukturiranje vsebin glede na posamezne segmente. Na mestu je tudi opozorilo, da gre za v večini manj večče uporabnike spleta in je zato potrebno posebno pozornost nameniti uporabniški izkušnji in enostavnosti.

UPORABLJENE IZJAVE

- se mi zdi ličen, izčiščen, pregleden
- Spletna stran je pusta, dizajnersko nepriljavna, dolgočasna. Razumem, da je prototip, ampak že logotip mi ni všeč.
- Glede spletne aplikacije: se mi zdi zanimiva in dobrodošla, mislim pa da je primerna predvsem za domače goste. Tujim jaz tega ne bi ponujal, ker imam itak občutek, da se Slovenija razprodaja precej pod ceno, glede na kvaliteto ponudbe.
- morda drugače strukturirati - narava in kultura (morda oboje združiti v DOŽIVETJA, to lahko vključuje obisk kulturnih in naravnih znamenitosti (parki + objekti), vključuje poseben zgodbe, degustacije, obisk prireditev itd.);
- (Kateri tip turista ste?) sprašujem se, čemu je namenjeno spodnje vprašanje? Morda: Zanima nas vaše mnenje, da pripravimo za vas zanimivo ponudbo. Izpolnite kratek vprašalnik
- (Zakaj sodelovati v iniciativi "Turizem za vse") ni mi jasno čemu je spodnje vprašanje namenjeno? A da ponudnik klika na razlog? Verjetno je to bolj mišljeno kot vabilo ponudnikom v smislu: Bodi družbeno koristen turistični ponudnik in vključi svojo ponudbo v "TURIZEM ZA VSE". Pripomogel boš: (se navede priložnosti: npr. dobro delo; več turistov zunaj glavne turistične sezone; osrečevanje ljudi....)
- manjka mi pri ponudnikih: -- jasen "gumb" za vnos ponudbe (če sem turistični ponudnik); -- koristi/prednosti, ki jih pridobim (npr. brezplačna promocija itd.); -- pregled ponudnikov (služi tudi kot referenca, za pridobitev novih); -- izjave ponudnikov, ki sodelujejo (neke vrste priporočila)...
- Skratka, ni mi točno jasno kaj je pravzaprav vsebina projekta. Če prav razumem, gre za pregled ponudbe na enem mestu (predvsem namenjene turistom), ki bo omogočala "nakup/rezervacijo" določene ponudbe po "posebnih cenah". Če to drži, je portal preveč formalen in premalo "tržno/promocijsko" usmerjen.
- morda bi jo bilo smiselno strukturirati po "njihovih težavah" (npr. gibalno ovirani, težave s srcem, diabetiki, demenca in druge težave, ki pestijo omenjeno ciljno skupino ali vsaj z ikonami slednje opredelit (kot imaš na booking.com in podobnih portalih) --> to po moje predstavlja dodano vrednost;
- Težko pregledna ponudba. To je splošna težava tovrstnih platform, ki zajemajo veliko informacij, ki jih želimo nato filtrirati.
- Nevarnosti
 - Vsi starejši niso večji pri uporabi interneta in težje pridejo do take spletne strani
 - Vezano na to je potrebno dobro premisliti kje oglaševati tako spletno stran
 - Aktivna vloga posameznikov je vprašljiva (ko se prosi za idejo oz. pobudo) ravno zaradi neznanja uporabe interneta in nezaupanja.
 - Po začetni evofriji, taka spletna stran, ki ni finančno zanimiva, po končanem projektu zamre in je neuporabna.

6.4 Finančni vidik

POVZETEK: Najpomembnejša ugotovitev pridobljenih izjav je, da je potrebno zagotoviti nadaljnjo razvojno podporo, da bo se bo ta segment turizma usklajeno in učinkovito razvijal v zastavljeni smeri. Turistični ponudniki vidijo možnost promocije in tudi plačevanja svojih

objav na portalu, kar pa glede na končni finančni model niti ni nujno, da bodo turistični ponudniki morali (so)financirati. Če bodo ali ne, je v vsakem primeru potrebno določiti načine, kako se bo merila učinkovitost objavljanja, promocije in prodaje aranžmajev.

UPORABLJENE IZJAVE

- Razvojna komponenta, ki bila na tem področju še kako potrebna, pa če prav razumem, iz vašega projekta *ne bo zagotovljena*?
- Kako se bo spletna stran skozi čas *vzdrževala, nadgrajevala oz. financirala*?
- Bodo ponudniki *prispevali za objavo* svojih paketov oz. ponudb?
- Kako se bo *stimuliralo ponudnike, da bodo pripravljene plačevati za oglaševanje* na spletni strani oz. *kako bodo ponudniki videli pozitiven efekt* te spletne strani?
- Kako bodo ponudniki lahko *merili učinkovitost oglaševanja* na spletni strani?

6.5 Pravni vidik

V večih izjavah, ki jih povzema spodnja alineja, je omenjeno zaupanje, ki ga tak portal mora zbuhati. Pomembno lahko k temu prispeva partnerski pristop z institucijami, ki imajo na področju socialnega in seniorskega turizma že ugled in prepoznavnost (vsaj posredna, če se še ne ukvarjajo s tovrstnim turizmom). Brez nadaljnjega pa je seveda potrebna celovita pravna-varnostna analiza projekta/portala pred dokončno realizacijo.

- Nezaupanje do informacij, ki jih najdejo na taki spletni strani. Mogoče bi bilo smiselno vzpostaviti sodelovanje z zvezo upokoencev in napisati, da stran nastaja v sodelovanju z zvezo.

6.6 Operativni vidik

POVZETEK: Z operativnega vidika, vezano na finančni vidik, je bil podan predlog, da bi moral tudi ta segment najti svoje mesto ali vsaj vstopno točko na spletnih straneh slovenia.info. Predlagajo tudi B2B sistem, kjer bi imele agencije možnost izdelave paketov sestavljene ponudbe na osnovi zainteresiranih ponudnikov posameznih gradnikov paketa.

UPORABLJENI IZJAVI

- pripraviti nekaj, kar se umesti v spletne strani STO
- Glede integracije v druge informacijske sisteme bi bilo smiselno se povezati s turističnimi agencijami, ki bi preko te platforme prišle do ponudnikov tovrstnih storitev. Agencija bi na ta način lahko sestavila paket in ga prodala končnim kupcem.

6.7 Časovni vidik

Časovni vidik v izjavah ni bil omenjen. V grobem lahko računamo, da je za izvedbo končne verzije portala potrebno računati na ca. 3-6 mesecev za usklajevanje z vsemi zainteresiranimi deležniki, 2-3 mesece za izdelavo končne verzije portala ter 6-12 mesecev za uvodno promocijsko obdobje; v grobem torej 1-2 leti za celoten projekt.

6.8 Predlogi za nadgradnjo

POVZETEK: Ključni predlogi za nadgradnje portala na osnovi izdelanega prototipa so se osredotočali predvsem na izvedbeni vidik koncepta tovrstnega turizma. Za turistične ponudnike je bila predlagana uvedba znaka/certifikata/znamke »Turizem za vse« ter za turiste možnost pridobitve subvencioniranega bona za tiste, ki kupujejo turistične produkte s to znamko. Pri idejah, kdo vse bi lahko bil nosilec takšnega znaka, je najdlje šel predlog, ki bi

v to ponudbo v čim večji meri vključil lokalno prebivalstvo s svojimi domačimi pridelki in prostočasnimi aktivnostmi (service encounter 2.0). Dobro je bil sprejet predlog objave primerov dobrih praks izvedbe tovrstnega turizma ter možnost objave kratkih zgodbic o tem, kaj je uporabnikom tovrstna izkušnja prinesla in pomenila. Kot je bilo omenjeno tudi že med prejšnjimi razmišljanji, na portalu ne sme manjkati hiter pregled novo dodane ponudbe ter čim bolj raznolik nabor ponudbe za turiste z zelo različnimi in specifičnimi potrebami (od posebnih potreb seniorjev do invalidov in kroničnih bolnikov). Zanimiva sta bila tudi predloga za B2B podportal za turistične agencije, ki bi sestavljale lokalno ponudbo v povezane produkte, ter možnost za doniranje sredstev za izvedbo počitnic za znane ali neznane turiste oz. za fond subvencioniranih bonov.

- Po drugi strani bi seveda socialno najbolj ogroženim ljudem lahko del stroškov povrnila tudi država. Vendar ne v obliki direktnih denarnih sredstev, ampak namenskih, v obliki nekega bona, ki je vnovčljiv le za turistične ponudbo. Tak turizem potem na koncu prinese ekonomske učinek vsem: turističnim ponudnikom, posameznikom, ki na ta način izboljšujejo svoje psihološke in fizične sposobnosti in seveda družbi, ki bo imela manj težav s svojimi upokojenci, če si bodo le-ti lahko privoščili počitek, rekreacijo...
- Obenem jaz tukaj vidim še en vidik, ki pa gre bolj na socialno podjetništvo, ampak v turizmu. Prav v našem projektu smo razmišljali, da je idealen za t.i. socialno podjetništvo: v ponudbo bi se lahko v veliki meri vključilo lokalno prebivalstvo: mamca bi ponudila jajčka, domač kruh, sadje, domačo marmelado, čebelar domač med, vinar žlahtno kapljico – cela regija bi lahko imela koristi od turistov, ki prihajajo na neko destinacijo. S tem bi država zmanjševala socialno ogroženost, ker bi upokojenci lahko nekaj primaknili svojim bornim penzijam, delo na podeželju in domači produkti bi pridobivali na veljavi, ohranjala bi se kulturna krajina, podeželje bi spet oživel, odnos lokalnih prebivalcev do turistov bi se spremenil... To se mi zdi ključno. Pa lokalno pevsko društvo bi lahko priredilo en vaški večer s petjem, igranjem, animacijo, druženjem z lokalnim prebivalstvom... Ampak meni se zdi, da se to pravo podeželje prav načrtno ubija: preganja se mamce, ki za 2 EUR prodajajo 10 jajc – halo? Na tak način bi bill po mojem mnenju tudi turizem bolj dostopen širšim množicam in predvsem bolj zanimiv, pristen
- - dobro bi bilo izdelati "znak kakovosti/nagrade", ki se podeli vsem ponudnikom, ki ponujajo TURIZEM ZA VSE in se morda z nalepko/plaketo na vratih slednje oplemeniti (ala različne nagrade npr. trip advisor), s tem se morda še dodatno stimulira ponudnike, da sodelujejo.
- Objavi primerov dobrih domačih in tujih praks (4,0) turizma za starejše so bili sogovorniki najbolj naklonjeni. Poudarili so tudi pomembnost izmenjave takšnih praks v živo.
- Objava novosti iz aktualne ponudbe slovenskih izvajalcev turizma za starejše je bila v zgornji polovici bolje ocenjenih vsebin portala. Ne smemo pozabiti na podajanja informacij na zgoščen in hkrati razumljiv način.
- Poleg zgornjih vprašanj je bila zanimiva razprava z enim od intervjuvancev, ki se je začela z omembo portala »sindikalnega turizma« - www.sindikalne-pocitnice.si/. Aktiven je dve leti, beleži pa ca. 3.000 dostopov na mesec. Na tem portalu vsi sindikati objavljajo svoje počitniške kapacitete.
- »Ker v skupino socialno šibkejših ljudi, pogosto spadajo tudi težko bolni ali telesno prizadeti, bi v tem kontekstu razmislila o posebni kategoriji ponudbe na portalu, ki bi omogočala pregled ponudbe za takšne ljudi. Primer. na enem mestu zbrane nastanitve, ki so primerne za invalide, ponudba počitnic za določen tip bolnikov itd.«
- Možnost darovanja oz. denarne pomoči tudi drugih ljudi.
- Glede integracije v druge informacijske sisteme bi bilo smiselno se povezati s turističnimi agencijami, ki bi preko te platforme prišle do ponudnikov tovrstnih storitev. Agencija bi na ta način lahko sestavila paket in ga prodala končnim kupcem.
- Glede na to, da gre za družine in otroke, ki jim počitnice niso samoumevne, bi lahko bi bile kakšne pozitivne kratke zgodbe, v katerih bi družine povedala kaj so jim le-te pomenile.

7 Predlogi za nadaljnji razvoj in uvedbo portala

Na osnovi zbranih informacij, predstavljenih v tem poročilu, je v sklepnem poglavju povzet nabor **nadaljnjih korakov**, ki jih je potrebno storiti, da bo na osnovi izkušenj z izdelanim prototipom portala za potrebe socialnega in seniorskega turizma razvita njegova končna, aktivna verzija.

Sogovorniki so se strinjali, da z nacionalnega vidika **potrebujemo več razvojnih iniciativ** na tem področju, tudi zaradi priložnosti za **zmanjšanje sezonskega vpliva** turizma in **velikega števila zdravilišč**, ki ponujajo tovrstne storitve (oz. za ta segment ključen del le teh). Glavno vprašanje ostaja, ali bo projekt dobil tudi **podporo »baze«** turističnih ponudnikov, kdo bo prevzel **operativno pobudo** ter koordiniral celovit razvoj, ki ga takšno področje potrebuje. S časovnega vidika lahko v grobem računamo, da sta potrebi **1-2 leti za celoten projekt** in od tega: 3-6 mesecev za usklajevanje z vsemi zainteresiranimi deležniki, 2-3 mesece za izdelavo končne verzije portala ter 6-12 mesecev za uvodno promocijsko obdobje.

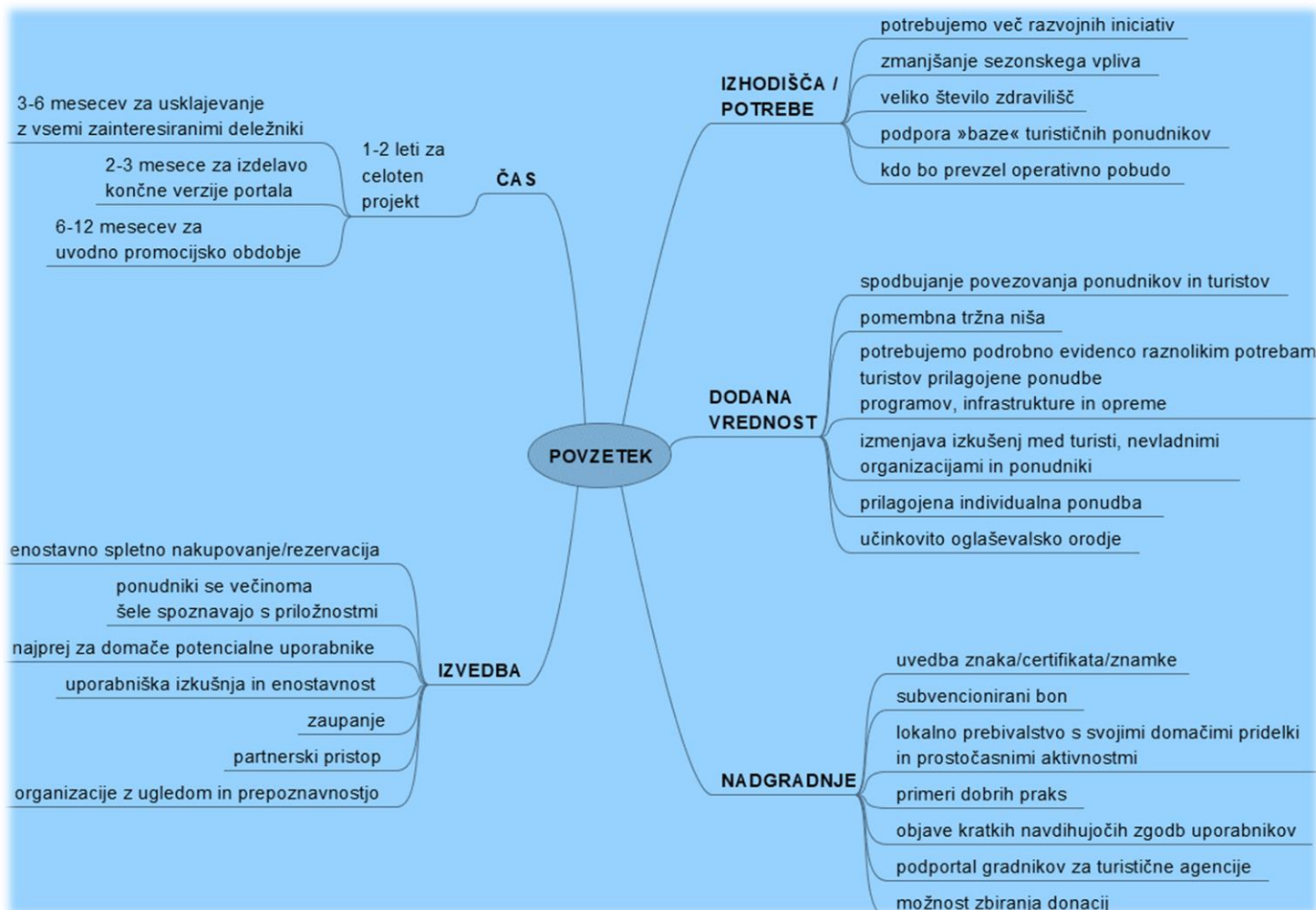
Dojemanje vloge portala je trenutno predvsem osredotočeno na njegovo vlogo pri **spodbujanju povezovanja** ponudnikov in turistov (co-creation. gl. poglavje Teoretične osnove) na področju, ki lahko pripomore k zmanjšanju sezonskosti. Sogovorniki se strinjajo, da postaja predvsem seniorski, pa tudi socialni, turizem **pomembna tržna niša**. Pojavlja se pobuda za **podrobno evidenco** raznolikim potrebam turistov obeh področij prilagojena ponudba programov, infrastrukture in opreme. Kot pomemben korak k dolgoročni uspešnosti tovrstnega turizma je bila izpostavljena potreba po spodbujanju **izmenjav izkušenj med turisti, nevladnimi organizacijami in ponudniki**. Poudarjeno je bilo tudi, da predstavlja dobro priložnost opcija, da obiskovalec portala dobi svojim željam in potrebam **prilagojeno individualno ponudbo**, kar se sklada s predhodnima dvema stavkoma. Pričakujemo lahko, da bo portal zaživel predvsem, če ga bodo turistični ponudniki videli tudi kot **učinkovito oglaševalsko orodje** in bo imel dovolj močo podporo vseh deležnikov. Z večih strani (tako s strani podjetij kot STO) je bilo razumeti, da bi moral tudi ta segment najti svoje mesto ali vsaj vstopno točko na spletnih straneh slovenia.info, kar bo pomembno prispevalo k njegovi učinkovitosti.

Dolgoročno mora portal omogočati **enostavno spletno nakupovanje/rezervacijo**. Pot do tja ni kratka, saj je tovrstne ponudbe še zelo malo in se **ponudniki večinoma šele spoznavajo s priložnostmi**, ki jih prinašata socialni in seniorski turizem. V prvem koraku je zato smiselno, da se portal izdela za potrebe **domačih potencialnih uporabnikov** z enostavno možnostjo globalne nadgradnje. Končni izgled portala je potrebno še podrobneje preveriti s fokusnimi skupinami, pri čemer je potrebno posebno pozornost glede na specifikke tovrstnih turistov nameniti **uporabniški izkušnji in enostavnosti**. Hkrati ne smemo pozabiti na **zaupanje**, ki ga tak portal mora zbujati, in na celovito pravno-varnostno analizo končne verzije projekta/portala. Pri varnostnem vidiku lahko pomembno vlogo odigra **partnerski pristop** z institucijami, ki imajo na področju socialnega in seniorskega turizma in z njima povezanih področij **že ugled in prepoznavnost**.

Za konec so povzeti še posebni, inovativnejši predlogi, ki predstavljajo direktne nadgradnje predlaganega prototipa portala. Prvi med njimi je **uvedba znaka/certifikata/znamke »Turizem za vse«** ter možnost pridobitve **subvencioniranega bona** za tiste, ki kupujejo turistične produkte s to znamko. Do upravičenosti takšnega znaka naj bi bilo v čim večji meri upravičeno **lokalno prebivalstvo s svojimi domačimi pridelki in prostočasnimi aktivnostmi** (service encounter 2.0., gl. poglavje Teoretične osnove). Ne smejo manjkati objave **primerov dobrih praks** izvedbe tovrstnega turizma doma in po svetu ter možnost **objave kratkih zgodbic** o tem, kaj je uporabnikom tovrstna izkušnja prinesla in pomenila. (Tudi širše) uporaben je predlog za B2B **podportal za turistične agencije**, ki bi sestavljale lokalno ponudbo v povezane produkte. Dodatno socialno noto pa bi portalu lahko prinesla

možnost zbiranja donacij za izvedbo počitnic za znane ali neznanе turiste oz. za fond subvencioniranih bonov.

SHEMATSKI POVZETEK UGOTOVITEV IN NADALJNJIH KORAKOV:



8 Seznam literature

- Abbate, T., & Souca, M. L. (2013). Open Innovation and Online Intermediaries: A Review of Theory and its Implications for Tourism. In *The Proceedings of the International Conference "Marketing - from Information to Decision"* (pp. 9–22). Cluj-Napoca, Romania: Babes Bolyai University.
- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, *In press*.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>
- Bause, K., Radimersky, A., Iwanicki, M., & Albers, A. (2014). Feasibility Studies in the Product Development Process. *Procedia CIRP*, *21*, 473–478.
<https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.03.128>
- Chapman, A., & Light, D. (2016). Exploring the tourist destination as a mosaic: The alternative lifecycles of the seaside amusement arcade sector in Britain. *Tourism Management*, *52*, 254–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.020>
- Chesbrough, H. (2003). The Logic of Open Innovation: Managing Intellectual Property. *California Management Review*, *45*(3), 33–58. <https://doi.org/10.2307/41166175>
- Djellal, F., & Gallouj, F. (2013). How public–private innovation networks in services (ServPPINs) differ from other innovation networks: what lessons for theory? In F. Djellal & F. Gallouj, *Public–Private Innovation Networks in Services* (pp. 21–58). Edward Elgar Publishing. Retrieved from https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/14802_2.html
- Gómez, I. P., Olaso, J. R. O., & Zabala-Iturriagagoitia, J. M. (2016). Trust builders as open Innovation intermediaries. *Innovation*, *18*(2), 145–163. <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1187574>
- Hall, J. A. (2010). *Information Technology Auditing*. Cengage Learning.
- Hippel, E. von. (2005). *Democratizing Innovation*. MIT Press.
- Larivière, B., Bowen, D., Andreassen, T. W., Kunz, W., Sirianni, N. J., Voss, C., ... De Keyser, A. (2017). "Service Encounter 2.0": An investigation into the roles of technology, employees and customers. *Journal of Business Research*, *79*, 238–246.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.008>
- Malone, S., McKechnie, S., & Tynan, C. (2017). Tourists' Emotions as a Resource for Customer Value Creation, Cocreation, and Destruction: A Customer-Grounded Understanding. *Journal of Travel Research*, 0047287517720118. <https://doi.org/10.1177/0047287517720118>
- Marais, M., du Plessis, E., & Saayman, M. (2017). A review on critical success factors in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *31*, 1–12.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.09.002>
- Mesly, O. (2016). *Project Feasibility: Tools for Uncovering Points of Vulnerability* (1 edition). Boca Raton, FL: CRC Press.
- Pearce, D. G. (2008). A needs-functions model of tourism distribution. *Annals of Tourism Research*, *35*(1), 148–168. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.06.011>
- Powell, W. W., Koput, K. W., & Smith-Doerr, L. (1996). Interorganizational Collaboration and the Locus of Innovation: Networks of Learning in Biotechnology. *Administrative Science Quarterly*, *41*(1), 116–145. <https://doi.org/10.2307/2393988>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition* (5th ed.). Free Press.
- Sigala, M. (2012). Exploiting Web 2.0 for New Service Development: Findings and Implications from the Greek Tourism Industry. *International Journal of Tourism Research*, *14*(6), 551–566.
<https://doi.org/10.1002/jtr.1914>
- Zach, F. J., & Hill, T. L. (2017). Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations. *Tourism Management*, *62*, 196–207.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.001>



DELAVNICA IN PREDSTAVITEV PROJEKTA
IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI
RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA TURIZMA V SLOVENIJI,

petek, 28.11.2016, ob 10.00

TURIZEM ZAVSE

	Ime in priimek	Organizacija/podjetje	E-naslov	Telefonska številka
1	DARIJA CVIKL	VSEGT	darija.cvikl@gmail.com	051/608-251
2	Dijana H. Čatič	PINA	dijana.harcovic.catic@pina.si	070/700-154
3	UZABELA LEVČIČ	TIC Koper	uzabela.levcic@ticol.com	040/135213
4	KATERINA KLIJUN	PINA	katerina@pina.si	
5	Veronika Grmek Kila	RKS	veronika.grmek@wzl-rhs.si	031 564 408
6	Veena Grahovc	Rektorat UP	veena.grahovc@upr.si	031 58 69 28
7	JASMINA KUHAČ	PREMIKI	jasminka.kuhac@premiki.com	030-641440
8	PETER WEISHEISEN	PREMIKI	PETER.WEISHEISEN@PREMIKI.COM	040 805590
9	MATELIJA PLANINC	DRUŠTVO ANBOT PIRAN	mateljia.planinc@gmail.com	031 409 855
10	TANJA CORETTI	/	palcinkak@gmail.com	070 313 717
11	KAJA SEDMAK	/	sedmak.kaja@gmail.com	031 433 232 050 386 411
12	VERONIKA PODGRAJŠEK	UMMI	veronika.podgrajsck7@gmail.com	051-243-663
13	LINA ŽAJC	/	lina.zajc78@gmail.com	070 588 370
14	METKA MATEŠIČ	/	metka.matesic@gmail.com	040 143 817
15	EVA BRANČ	PRIMORSKENE	eva.branc@gmail.com	
16	Teodora Kiličević	/	teodora.kilicevic@gmail.com	040/596-040
17	Samantha Lipej	/	samantha.lipej@gmail.com	031 416 113
18	Kristina Razman	/	kristina.razman@gmail.com	040-203-640
19	SASA OSEJAR	/	sasa.osenar@gmail.com	040-343-206
20	DENIS ZALOKAR	/	denis.zalokar@gmail.com	040.854-684
21	Ivan Rajmon Rak	/	ivan_rak@ymail.com	030-654/436
22	Tea Prošič	/		
23	Domen Sotenssek	/		
24	Deni Lasič	/		
25	KATJA MASTEN	/		
26	MIRA MAROŠIČ	/		
27	NIKA VODOPivec	/		
28	KATARINA MUSTIČ	/	katarina.mustic@upr.si	0
29	SARA LAKIČ	/		

30 NIHA VRZEL /
31 MARINA MAUČEČ /
32 GOMBAČ KAJA /
33 MAHNE MADISA UMMI

kajchoo@hotmail.com
marija_koenija@t-com.net

**DELAVNICA IN PREDSTAVITEV ZAKLJUČKOV PROJEKTA
IDENTIFIKACIJA, KLASIFIKACIJA IN POTENCIALI RAZVOJA PRODUKTOV SOCIALNEGA
TURIZMA V SLOVENIJI,**

petek, 22.9.2017, ob 10.30



TURISTIČNA

Projekti za razvoj

Št.	IME IN PRIIMEK	INSTITUCIJA	PODPIS
1	KRISTJAN NENAC	FAKULTETA ZA HUMANISTIČNE ŠTUDIJE	<i>Nenac</i>
2	VERONIKA GRHEL VILHAR	RKS - MZL RKS Debeli rtič	<i>gruhar</i>
3	BARBARA GORNIK	ZRS KOPER	<i>Gornik</i>
4	JANA ROŽAJ	DOM PARAPLEGIKOV d.o.o.	<i>Rožaj</i>
5	KATJA PLAVINC	DEJSTVO ANBOT PIRAN	<i>Plavinc</i>
6	PETER KOPIČ	UP FTŠ TURISTICA	<i>Kopič</i>
7	MAJDA SERNEC	CUEV STRUNJAN	<i>Sernec</i>
8	FATIMA PEČEK	CUEV STRUNJAN	<i>Fatima P.</i>
9	KODRIČ TANJA	TERME ČATEŠ	<i>Kodrič</i>
10	Janez Sterle	Ovest d.o.o.	<i>J. Sterle</i>
11	ALENKA BURLI	ZDOS	<i>Burla</i>
12	KRISTINA FORŠEK	ISTRAGUIDE	<i>Foršek</i>
13	MATEJA SEDRAK	ZRS KOPER	<i>Sedrak</i>
14	ROBERT KENARČ	ZRS KOPER / FTŠ	<i>Kenarč</i>
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			

Financerja projekta sta Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS (Projekt V5-1512) in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS.