

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

LUCIJA ADAMIČ

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**PRIPRAVLJENOST SLOVENSКИH TURISTIČNIH
PODJETIJ ZA »TURIZEM ZA VSE«**

LJUBLJANA, AVGUST 2009

LUCIJA ADAMIČ

IZJAVA

Študent/ka Lucija Adamič izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom mag. Janeza Siršeta, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 TURIZEM ZA VSE	2
1.1 OPREDELITEV POJMA.....	2
1.2 OPREDELITEV SKUPIN S POSEBNIMI POTREBAMI	3
1.3 IZZIVI SKUPIN S POSEBNIMI POTREBAMI.....	5
2 EKONOMSKI VIDIK »TURIZMA ZA VSE«	6
2.1 POVPRŠEVANJE PO DOSTOPNEM TURIZMU	6
2.2 DOSTOPNA PONUDBA NA RAVNI DESTINACIJE.....	7
3 PRISTOPI PRILAGODITVE PONUDBE NA DOSTOPEN NAČIN	8
3.1 DOSTOPNOST INFORMACIJ	9
3.2 DOSTOPNI OBJEKTI.....	10
3.3 IZOBRAŽEVANJE ZAPOSLENIH.....	12
4 PRIMERI DOBRIH PRAKS	12
4.1 DOSTOPNA PONUDBA V EVROPI.....	13
4.1.1 Stockholm.....	13
4.1.2 Valencia.....	13
4.1.3 Treize voyages.....	14
4.2 ORGANIZACIJE ZA OZAVEŠČANJE DOSTOPNEGA TURIZMA.....	14
4.2.1 ENAT	14
4.2.2 Tourism for all England	15
4.2.3 NTZ in ŠENT	15
5 ODZIVI SLOVENSКИH TURISTIČNIH PODJETIJ NA ZAHTEVE »TURIZMA ZA VSE«	16
5.1 METODOLOGIJA.....	16
5.2 REZULTATI IN INTERPRETACIJA VPRAŠALNIKA.....	17
6 KONČNA ANALIZA PRIPRAVLJENOSTI SLOVENSКИH TURISTIČNIH PODJETIJ ZA »TURIZEM ZA VSE«.....	20
SKLEP.....	23
LITERATURA IN VIRI	24
PRILOGE	

KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Delež populacije z dolgotrajnimi zdravstvenimi težavami in invalidnostjo po evropskih državah</i>	<i>3</i>
<i>Slika 2: Najbolj pogoste oblike dolgotrajnih zdravstvenih težav in invalidnosti.....</i>	<i>4</i>
<i>Slika 3: Deleži evropskega prebivalstva po starostnih razredih.....</i>	<i>4</i>
<i>Slika 4: Delež povpraševanja po dostopnem turizmu v Evropi.....</i>	<i>5</i>

UVOD

Statistika turizma po svetu nam kaže, da vsako leto potuje vse več ljudi. Potovanje ni več samo za ljudi z višjim prihodkom, temveč je del vsakdanjega življenja, je način preživljanja prostega časa. Ljudje si na potovanju želimo ogledati znamenitosti in spoznati kulture tujih držav, doživeti prijetno izkušnjo ipd. Toda turistična ponudba ni primerna za vse ljudi. So ljudje, ki imajo posebne potrebe in potrebujejo prilagojeno ter za njih dostopno ponudbo.

Povpraševanje po turistični ponudbi za ljudi s posebnimi potrebami (ljudje, ki imajo težave z gibanjem, vidom, s sluhom, z alergijami ipd.) se povečuje. Ti ljudje imajo veliko željo po potovanju, toda zaradi premajhnega števila informacij ali slabega stanja turistične ponudbe, se za potovanja raje ne odločajo. Turistična podjetja lahko tako z dostopnim turizmom privabijo nove stranke in pridobijo konkurenčno prednost.

Namen diplomskega dela je analizirati stanje slovenskih turističnih podjetij oziroma dostopnost ponudbe za ljudi s posebnimi potrebami ter njihovo pripravljenost prilagoditve svoje ponudbe temu segmentu. Cilj diplomskega dela je spoznati pojem »turizem za vse«, kateri so gosti, ki potrebujejo prilagojeno ponudbo in v kolikšni meri želijo biti slovenska turistična podjetja dostopna vsem tipom obiskovalcem ter v kolikšni meri že nudijo vsem dostopne storitve. Glavni cilj pa je potrditev hipotez, da podjetja niso dobro seznanjena s pojmom »turizem za vse« ter da Slovenija še ni dostopna država.

V prvem poglavju opredelim pojem »turizem za vse«. Predstavljene so skupine, ki spadajo v ta segment in njihovi izzivi, oziroma s kakšnimi težavami se srečujejo na potovanjih.

Drugo poglavje je namenjeno razlagi ekonomskega pomena oz. vidika »turizma za vse« ter je razdeljeno na povpraševanje po tem tipu turizma in na ponudbo, ki je na ravni cele destinacije.

Tretje poglavje se posveča pristopom prilagoditve turistične ponudbe na dostopen način. Poglavje zajema predloge o prilagoditvah objektov, informacije o dostopnosti in o izobraževanju zaposlenih.

V četrtem poglavju so predstavljeni primeri dobre prakse po Evropi, in sicer primeri podjetij, ki že imajo dostopno ponudbo, ter organizacije, ki nudijo pomoč podjetjem, ki želijo narediti dostopno destinacijo, kraj, objekt.

Peto poglavje je namenjeno predstavitvi metodologije, ki sem jo uporabila pri analizi pripravljenosti slovenskih turističnih podjetij za »turizem za vse«. Podani so tudi opisni rezultati vprašalnika in interpretacija danih podatkov slovenskih turističnih podjetij.

Šesto poglavje vsebuje ključne ugotovitve, ki sem jih pridobila z analizo rezultatov vprašalnika, s pogovori z nekaterimi slovenskimi turističnimi podjetji in organizacijami. Sledi še sklep, v katerem so predstavljene ključne ugotovitve diplomskega dela.

1 TURIZEM ZA VSE

Od poznih petdesetih let mednarodni turizem neprestano raste. Obenem se razvijajo vedno nove zvrsti turizma. Na mesto »sonce – morje – pesek« turizma, ki je še vedno kvantitativno pomembna zvrst, vstopajo nove oblike: kulturni turizem, morska križarjenja, obiskovanje zabavišnih parkov ipd (Potočnik & Mihalič, 2003, str. 56).

Med novimi oblikami pa je tudi »turizem za vse«, ki zahteva dostopno ponudbo za vse tipe gostov, saj se jih veliko izmed njih na potovanjih srečuje s številnimi izzivi in ovirami.

1.1 OPREDELITEV POJMA

Turizem je svetovno zelo hitro rastoča gospodarska panoga, saj so potovanja, počitnice že del vsakdanjika. Toda pri oblikovanju turistične ponudbe je pomembno, da se oblikovalci zavedajo dejstva, da nekateri ljudje potrebujejo drugačno oskrbo, prilagojeno nastanitev in da je potrebno vsem ljudem nuditi enake možnosti koriščenja turističnih storitev. Osebe s posebnimi potrebami se namreč še vedno srečujejo z različnimi oblikami diskriminacije v vsakdanjem življenju. Preživljanje prostega časa in z njim povezan turizem, tu nista nobena izjema.

Koncept »**turizem za vse**« poudarja, da morajo biti skupni interesi obnovljeni z izgradnjo prostorov za sprostitev in rekreacijo, ki bi nudili popolno izkušnjo za posameznika in skupine. Dostop do turizma je osnovna človekova potreba; nihče ne bi smel biti izključen iz njega zaradi spolne usmerjenosti, starosti, vere, zdravja, invalidnosti ali ekonomskega položaja (Toward a tourism vision based on human and social values, 2009).

Dostopna Slovenija imenuje ta koncept turizma »Invalidski turizem«. Pojem pomeni narediti potovanje in turistične destinacije, turistične proizvode, storitve in informacije primerne za vse tiste, ki imajo specifične potrebe pri dostopnosti zase, za spremljevalce, svoje družine in ostale sodelujoče. Ponudba - celotna ali delna, mora biti oblikovana tako, da lahko ljudje s posebnimi potrebami enako kot vsi ostali zdravi ljudje koristijo tako nastanitvene kapacitete kot vso ostalo turistično ponudbo (Dostopna Slovenija).

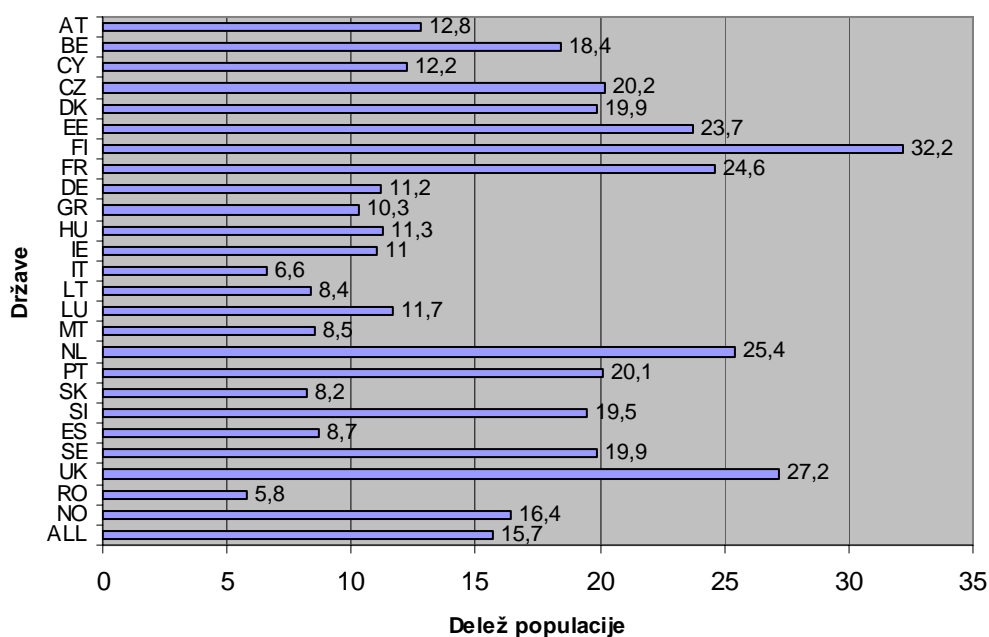
Evropska komisija se prav tako zaveda tega stanja, zato je opredelila pojem »**dostopni turizem**«. Dostopnost se nanaša na to, kako enostavno je za vsakogar, da vstopi in uporablja nastanitvene objekte, zunanje površine in druge objekte samostojno, brez potrebe po posebnih dogovorih. Zagotavljanje informacij o dostopnosti in izboljšanju dostopa koristi številnim ljudem, ki želijo potovati, pa je zanje potovanje naporno (Westcott, 2004, str. 5).

1.2 OPREDELITEV SKUPIN S POSEBNIMI POTREBAMI

Izraz osebe s posebnimi potrebami vključuje vse osebe, ki zaradi okolja, s katerim se srečujejo, trpijo omejitve zaradi njihovih relacijskih sposobnosti in posebnih potreb med potovanji, v bivalnih prostorih in pri drugih turističnih storitvah. Govorimo zlasti o posameznikih s fizičnimi, čutnimi motnjami, ki zahtevajo posebno nego, kot so starejše osebe in druge, ki potrebujejo začasno pomoč (UN Resolution on Accessible Tourism for All, 2005, str. 1). Turist s posebnimi potrebami je na prvem mestu turist, nekdo, ki hoče potovati v destinacijo po svoji izbiri (Laura, 2009).

Iz Slike 1 je razvidno, da so deleži populacij po evropskih državah z dolgotrajnimi zdravstvenimi težavami in invalidnostjo visoki. Povprečen delež po državah znaša 15,8 %, največji pa je na Finskem, kar 32,2 %. Slovenija je nad evropskim povprečjem in sicer za 3,7 odstotka.

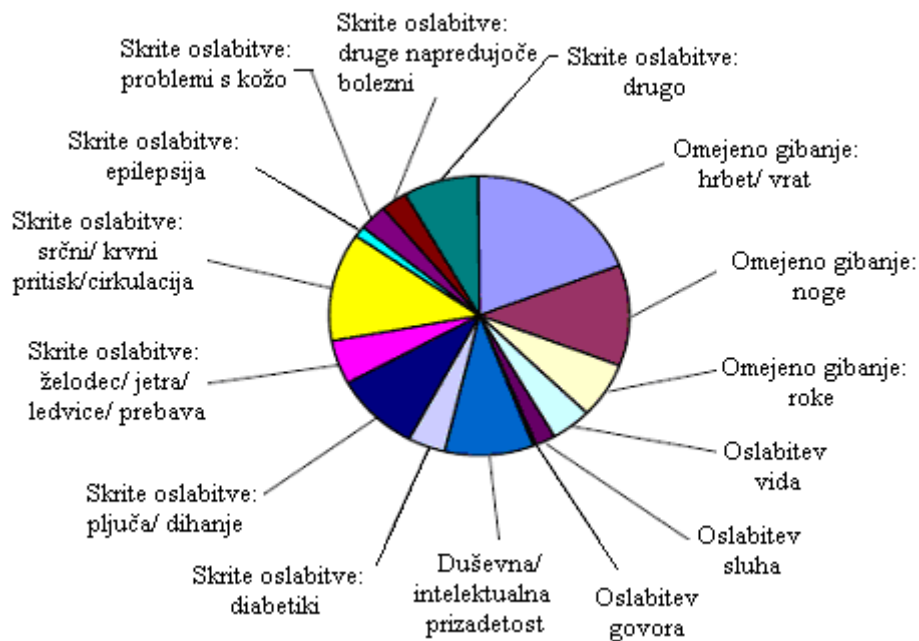
Slika 1: Delež populacije z dolgotrajnimi zdravstvenimi težavami in invalidnostjo po evropskih državah



Vir: G. Miller, *The Market for Accessible Tourism*, 2009.

Najbolj pogoste oblike dolgotrajnih zdravstvenih težav in invalidnosti prikazuje Slika 2. Vidimo lahko, da je oblik več vrst in da so razdeljene na oslabitve, ki zadevajo težave z notranjimi organi, probleme s kožo, oslabitve sluha itn. Najbolj pogoste so težave s hrbtom in vratom, sledi krvni tlak, omejeno gibanje zaradi nog ter duševna prizadetost.

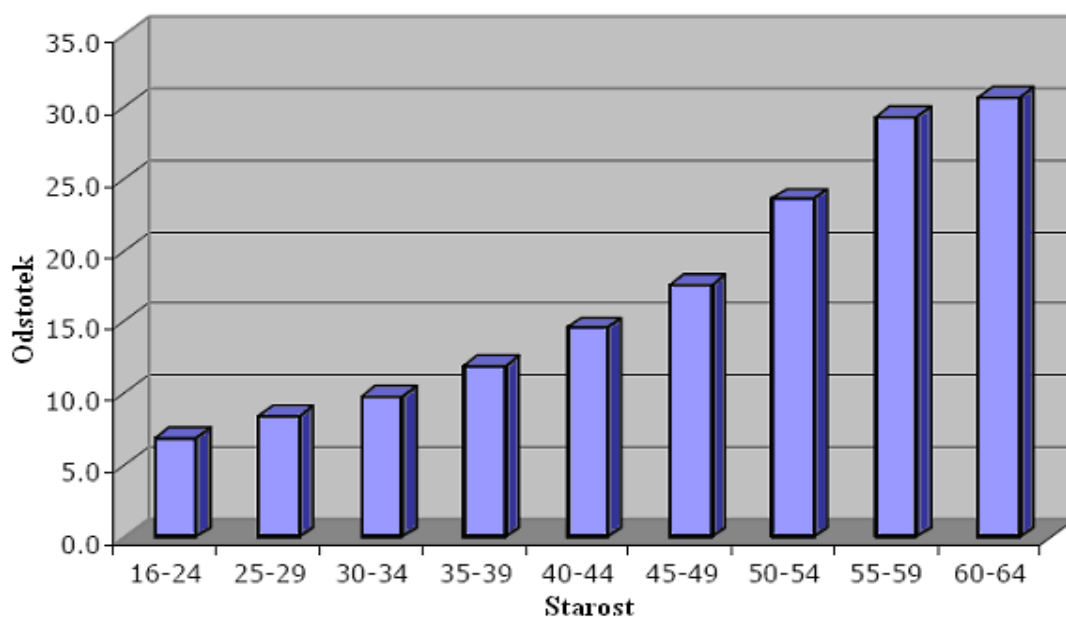
Slika 2: Najbolj pogoste oblike dolgotrajnih zdravstvenih težav in invalidnosti



Vir: G. Miller, *The Market for Accessible Tourism*, 2009.

»Turizem za vse« zadeva tudi starejše ljudi, saj je potrebno zanje prilagoditi ponudbo zaradi njihovih težav pri gibanju, oslabitvi vida in sluha ipd. Evropa je star kontinent, kar lahko razberemo iz Slike 3. Ljudi v starostni skupini od 60 do 64 je kar 30 %, medtem ko je starih od 40 do 44 le okoli 12 %.

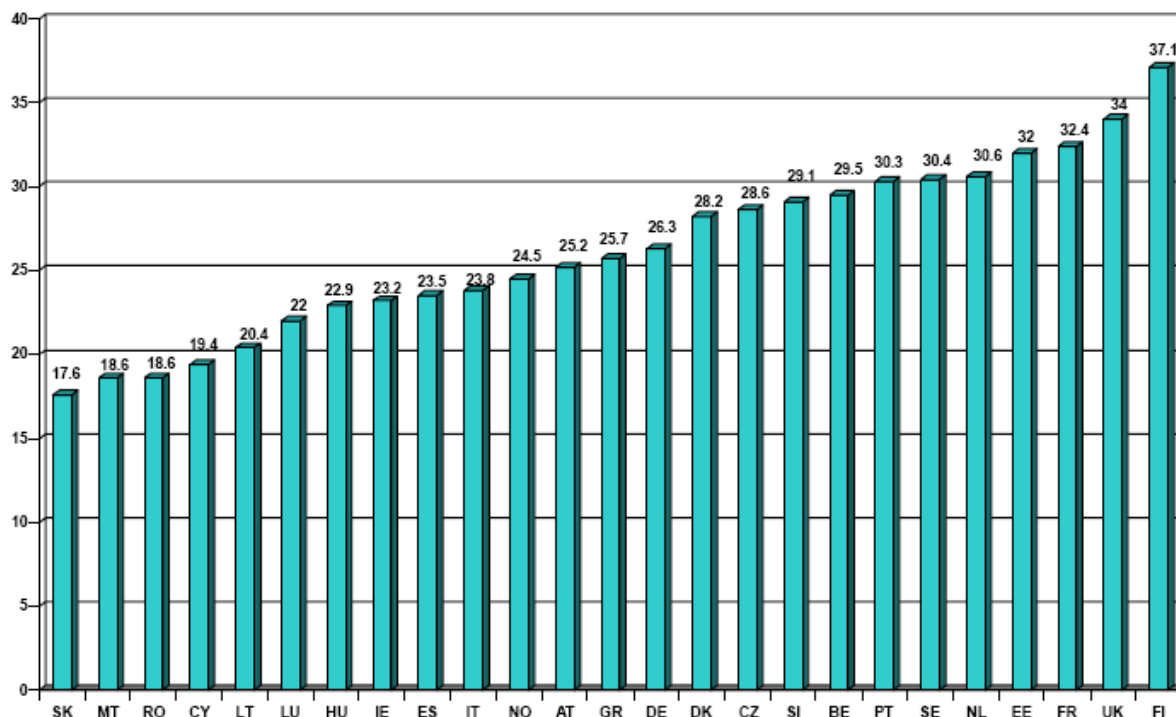
Slika 3: Deleži evropskega prebivalstva po starostnih razredih



Vir: G. Miller, *The Market for Accessible Tourism*, 2009.

Če povzamemo podatke iz Slik 1 in 3, pridemo do zaključka, da je v Evropi povpraševanje po dostopnem turizmu veliko. Slika 4 nam pove, da se deleži tega povpraševanja gibljejo od 17,6 % do 37,1 % po evropskih državah, povprečje pa je 26,2 %. Najmanjši delež je na Slovaškem (17,6 %), najvišji na Finskem (37,1 %), slovenski delež povpraševanja je zopet nad evropskim povprečjem, in sicer za 2,9 %. Miller (2009) navaja, da je v Evropi kar 127,5 milijonov turistov, ki bi povpraševali po dostopnem turizmu.

Slika 4: Delež povpraševanja po dostopnem turizmu v Evropi



Vir: G. Miller, *The Market for Accessible Tourism*, 2009.

1.3 IZZIVI SKUPIN S POSEBNIMI POTREBAMI

Zgoraj navedene skupine veljajo v turističnih podjetjih za obrobno ciljno skupino gostov, razen na področju zdraviliškega turizma in invalidom namenjenih turističnih kapacitet (ki so običajno v lasti ali upravljanju invalidskih organizacij). Pomembno je tudi dejstvo, da invalidne osebe običajno enako dobro razumejo svet okoli sebe kot ostali ljudje. Svetina in ostali (2007, str. 5) navajajo, da so mnogi ljudje s posebnimi potrebami prepričani, da prave ovire za njihovo normalno življenje ne stojijo na njihovi poti, ampak so zakoreninjene v glavah ljudi in se izražajo v družbenem ne-sprejemanju.

Ljudje s posebnimi potrebami se srečujejo s številnimi ovirami (CEP-CMAF, 2007):

- Pogosto so prisiljeni plačati visoke cene vozovnic in včasih jih prevozna podjetja ne sprejmejo na krov.

- Nekateri prevozniki še vedno niso dostopni za invalide, tako da so prisiljeni iskati dražje možnosti prevoza.
- Nekateri hoteli, hostli in kampi niso dostopni za osebe s posebnimi potrebami.
- Območja za prosti čas (tako javna kot zasebna) prepogosto niso dostopna.
- Muzeji, rekreacijski parki so pogosto zaprti za osebe z motnjami v razvoju in s težavami pri gibanju.
- Informacije o dejavnostih za prosti čas niso dostopne za invalidne osebe; obstaja zelo malo informacij v Braillovi pisavi.
- Osebje, ki dela v teh dejavnostih/mestih, ni usposobljeno za delo z invalidi.
- Invalidne osebe se prepogosto soočajo s stereotipi o njih; potrebnih je več informacij in ozaveščanje, da se poudari pomen prostega časa za osebe s posebnimi potrebami.

2 EKONOMSKI VIDIK »TURIZMA ZA VSE«

Trajnostni razvoj turizma, pod katerega spada tudi »turizem za vse«, ima velik ekonomski pomen. Zahteve za trajnostni razvoj so številčne, med njimi tudi omogočanje enakosti oziroma enakopravnosti v razvoju turizma, vzdrževanja kakovosti življenja v najširšem pomenu ter za nas najbolj pomembno - zagotavljanje zadovoljstva turistov (Planina & Mihalič, 2002, str. 44).

Ponudba in vse večje povpraševanje po dostopnem turizmu prispevata k uspešnemu gospodarstvu. Ob tem pa ne smemo zanemariti vpliva destinacij na ekonomsko moč območja, saj turizem temelji na številnih gospodarskih in tudi negospodarskih dejavnostih. Ne samo v gostinstvu in pri turističnih organizatorjih, številni neposredni ali posredni vplivi se kažejo tudi v drugih gospodarskih dejavnostih, kot so transport, trgovina, drobno gospodarstvo in komunalno gospodarstvo, ... (Planina & Mihalič, 2002, str. 45).

2.1 POVPRŠEVANJE PO DOSTOPNEM TURIZMU

Evropski turizem prispeva okoli 5 % (glede na njegovo opredelitev do 11 %) v BDP Evropske unije in zagotavlja med 8 in 24 milijonov delovnih mest (glede na opredelitev sektorja). Vsako potovanje, ki se ne opravi zaradi obstoječih ovir, pomeni pomanjkanje prometa v turističnem sektorju ter manjšo gospodarsko rast in možnost zaposlovanja, kot je mogoče. Zato ukrepi za oblikovanje dostopne turistične ponudbe vodijo k večji kakovosti in izboljšujejo konkurenčnost podjetij (Leidner, 2006, str. 1).

Miller (2009) ocenjuje, da splošno povpraševanje po dostopnem turizmu v Evropi znaša 127,5 milijonov ljudi. Če ima 70 % populacije, ki povprašuje po taki vrsti turizma tudi finančne zmožnosti za potovanje, potem znaša potencialni turistični trg kar 89 milijonov. Toda pomembno je dejstvo, da ljudje s posebnimi potrebami redko potujejo sami, zato je multiplikacijski efekt za prijatelje in sorodnike 1.5. Končna skupna ocena

potencialnega turističnega trga v Evropi je 133 milijonov turistov ali 89 milijonov evrov (Miller, 2009).

Nemško Ministrstvo za gospodarstvo in delo je v letu 2003 naročilo študijo za oceno ekonomskega vpliva dostopnega »turizma za vse« in rezultati so bili nepričakovani. Približno 4.000 invalidov v Nemčiji je dvomilo o svojih potovalnih navadah. Približno 40 % jih je že najmanj enkrat opustilo misel na dopust, ker je preveč ovir in skoraj 50 % bi jih več potovalo, če bi bilo okolje bolj dostopno. Ob upoštevanju zneska denarja, ki ga porabijo za dopust in da večina od njih ne potuje samih, raziskovalci napovedujejo, da bi prihodki od prodaje, ustvarjeni z invalidnimi nemškimi turisti, lahko narasli s trenutno 2,5 mrd € na 4,8 mrd € v dostopnem turističnem okolju, ki bi ustvarjalo 90.000 dodatnih delovnih mest (zdaj 65.000) (Leidner, 2006, str. 2).

Z opazovanjem različnih pobud v Evropski uniji, se zdi »turizem za vse« konkreten in učinkovit način za izziv zastojev in vprašanja sezonskosti, s katerimi se sooča evropski turizem. Poleg tega so obstoječe izkušnje pogosto dobičkonosne. Javnim organom, ki vzpostavijo programe socialnega turizma, se na splošno naložbe v veliki meri povrnejo. »Turizem za vse« lahko pozitivno prispeva k razvoju turističnega sektorja kot popolnega partnerja na področju gospodarstva (European Commission, 2006).

Prav tako povpraševanje vpliva na ustvarjanje in ohranjanje delovnih mest v turističnem sektorju v mrtvih sezonah. Z nadomestilom za pomanjkanje povpraševanja izven sezone se omogoči zmanjšanje števila hotelov, ki so se v teh mesecih prisiljeni zapreti. Razne raziskave poudarjajo, da ustvarjanje dostopnih storitev v turističnem sektorju prispeva h gospodarski rasti in zaposlovanju.

2.2 DOSTOPNA PONUDBA NA RAVNI DESTINACIJE

Turistična organizacija v destinaciji mora poskrbeti za usklajevanje med javnim in zasebnim sektorjem, usklajevanje proizvodnje elementov, se soočiti s povpraševanjem na strokoven način ter zagotoviti logistično-informacijske storitve. Turistično povpraševanje se izpolnjuje skozi delavce in strokovnjake, kar vodi h kakovosti produkta, povečanju strankine zvestobe ter ustvarja pozitiven gospodarski rezultat.

Vsaka turistična destinacija, ki hoče pridobiti turiste s posebnimi potrebami mora imeti dolgoročno strategijo sodelovanja z javnim in privatnim gospodarskim sektorjem, s katerima je vključena v redno turistično promocijo (Laura, 2009).

Koristno je sodelovanje v nacionalnem programu dostopnosti. Nekatere države EU so razvile nacionalne programe, ki omogočajo dostopnost objektov z uporabo priznane oznake, ki označuje raven dostopnosti. To zagotovi prednost za objekte, ki so dosegli visoko raven

dostopa in doseže nadaljnjo zaupanje invalidnih turistov pri odločanju. Ker turisti potrebujejo primerljive podatke za sprejemanje odločitev, naj bi objekti sodelovali v nacionalnih shemah, kjer bi imeli izpolnjen enak obrazec o dostopnosti (Westcott, 2004, str. 9).

Obnovljena turistična politika (2007, str. 7) Evropskega parlamenta ima že opredeljen pojem »dostopen turizem«. Parlament spodbuja uskladitev informacij o dostopnem turizmu na evropski ravni, ki bi turistom z omejeno mobilnostjo in njihovim družinam omogočile, da poiščejo informacije o dostopnosti turističnih destinacij; poziva vse države članice, ponudnike turističnih storitev ter nacionalne in lokalne turistične organizacije, da se pridružijo tem pobudam in/ali jih podprejo. Prav tako poziva Komisijo in države članice, da začnejo postopek uvedbe posebne oznake ES "dostop za vse", ki bi jamčila osnovno dostopnost objektov za turiste z omejeno mobilnostjo in bi zajemala na primer ponudbe nastanitve, restavracij, objektov za prosti čas in naravnih spomenikov, dvoran, spomenikov, muzejev itd..

Turizem danes predstavlja eno najbolj pomembnih razvojnih in poslovnih priložnosti za Slovenijo. Glede na sedanjo stopnjo razvitosti slovenskega turizma in obstoječ razvojni potencial, lahko turizem v naslednjih letih postane ena od vodilnih panog slovenskega gospodarstva in tako pomembno prispeva k doseganju razvojnih ciljev Slovenije, opredeljenih v strateškem dokumentu Strategija razvoja Slovenije 2007–2013 (Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2013). In ravno v »turizmu za vse«, ki bi bil organiziran s pomočjo destinacijskega managementa, se Sloveniji ponuja odlična konkurenčna prednost (Dostopna Slovenija).

3 PRISTOPI PRILAGODITVE PONUDBE NA DOSTOPEN NAČIN

Turistični obrati morajo gostom s telesnimi okvarami in starejšim ljudem zagotoviti specializirano opremo in urejenost prostorov za nemoteno gibanje. Toda turizem je kompleksna dejavnost, kjer so oprema in tehnični elementi ponudbe le manjši del celovite kakovosti v turizmu. Sirše in Kores (2009) menita, da je najpomembnejša funkcionalna kakovost, ki govori o načinu posredovanja storitev. Poleg tega je naloga turističnih delavcev, da se zavedajo potreb takih gostov in zaznajo njihove želje. Svetina in ostali (2007, str. 5) ugotavljajo, da turistični delavci invalidnim turistom načeloma niso nenaklonjeni, vendar za delo z njimi nimajo potrebne znanja oziroma kapacitet.

Bistveni predpogoji za prilagoditev ponudbe na dostopen način po Laura (2009):

- zagotoviti zanesljive in ažurne informacije,
- odpraviti arhitekturne ovire,
- odpraviti kulturne ovire,
- osredotočiti se na profil stranke in njene potrebe.

V Sloveniji je leta 2006 Slovensko združenje za duševno zdravje (v nadaljevanju ŠENT) oblikovalo priročnik *Smernice za delo z invalidi za turistične ponudnike* v sklopu projekta NETMEN, ki je delno financiran s strani EU v okviru pobude skupnosti Interreg IIIA Slovenija-Avstrija 2000-2006. V okviru tega projekta so razvili tudi blagovno znamko »Invalidom prijazno«, katere namen je diferenciacija in promoviranje invalidom prijaznih turističnih kapacitet. Svetina in ostali (2007, str. 6) so ta priročnik razdelili na poglavja glede na posamezne vrste invalidnosti. Znotraj vsakega poglavja so opredelili potrebne infrastrukturne prilagoditve oziroma opremo ter napotke o ustrezni storitvi. Napotki se močno skladajo s pristopi za prilagoditev ponudbe na dostopen način po priročniku Evropske komisije iz leta 2004 z naslovom *Improving information on accessible tourism for disabled people*. Zato sem se odločila, da razdelim sklope, kot so navedeni v priročniku Evropske komisije in sicer na informacije, objekte in na izobraževanje zaposlenih ter jih dopolnim s priporočili ŠENT-a in ostalih organizacij.

3.1 DOSTOPNOST INFORMACIJ

Dobra komunikacija je bistvena pri izboljšanju dostopa. Ljudje se odločajo na podlagi podatkov, ki so jim ponujeni in na osnovi dejavnikov, za katere menijo, da so pomembni. Njihova pričakovanja so oblikovana z informacijami, ki jih prejmejo in se nato pripravijo za potovanje (Westcott, 2004, str. 8). Pomemben je pravi pristop trženja. Najbolj posplošeno pojmujejo kot trženje vse poslovne dejavnosti podjetja, ki so povezane s potjo izdelkov in storitev od proizvajalcev do končnih porabnikov (Potočnik & Mihalič, 2003, str. 10). Ker področje trženja obsega predvsem raziskovanje trga, tržno načrtovanje in izvajanje trženjskih akcij, ima dostopnost informacij velik pomen.

Turisti s posebnimi potrebami iščejo informacije pred odhodom na internetu, od ust do ust (prijatelji, sorodniki) in z uporabo specializiranih vodnikov. Ti ljudje se zanašajo na specializirane revije (kar dvakrat bolj kot drugi turisti), medtem ko imajo nižjo stopnjo zaupanja v potovalne agencije. Čeprav so turisti z informacijami o destinacijah zadovoljni, pa turisti s posebnimi potrebami kažejo višjo raven nezadovoljstva: 37 % informacij je nezanesljivih (Laura, 2009).

UNWTO (UN Resolution on Accessible Tourism for All, 2005, str. 1) navaja nekaj pristopov, ki bi izboljšali raven in kvaliteto informacij, da bi bile primerne za vse:

- Turistični informacijski centri (turističnih destinacij) bi morali zagotoviti seznam podpornih storitev za obiskovalce s posebnimi potrebami.
- Rezervacijski sistemi morajo vključevati podatke na ravni dostopnosti namestitev in storitev, ki se jih oglašuje za invalidne osebe, da bi lahko zagotovili pravilne informacije in olajšanje rezervacijskih postopkov.
- Rezervacijski sistemi morajo biti dostopni tako, da jih vsak turist samostojno uporablja.

Westcott (2004, str. 8) v priročniku predlaga še nekatere konkretne primere dostopnih informacij:

- Enostavno besedilo: informacije morajo biti natisnjene v preprostem, netehničnem jeziku.
- E-pošta, faks: sredstvo komunikacije za veliko ljudi, vključno z ljudmi oviranimi na govorno-slušnem področju.
- Velikost pisave: večina ljudi ima raje večjo pisavo, od 16 do 22.
- Braillova pisava: standardni podatki kot so postopki pri požarnih alarmih ali vodniki, ki se redko spremenijo, so lahko v Braillovi pisavi. Drago je zagotoviti informacije, ki zahtevajo stalno posodabljanje v Braillovi pisavi.
- Zvočni posnetki: pomagati slabovidnim ter osebam, ki imajo težave pri branju. Informacije morajo biti predstavljene počasi, s ponovitvijo ključnih sporočil.
- Znakovni jezik: omogoča komunikacijo ljudem s slušnimi problemi, toda znakovni jeziki so tako raznoliki kot govorjeni jeziki.
- Indukcijska zanka: pomaga ljudem, ki uporabljajo slušni aparat, z zmanjšanjem šuma v okolici. Ti so lahko koristni za različne situacije, tudi v gledališčih, sejnih sobah ipd.

3.2 DOSTOPNI OBJEKTI

Terminali, postaje in podobni objekti

Izmenični prevozi v in iz vseh terminalov, postaj in z njimi povezanih objektov, bi morali biti zlahka dostopni za potnike z omejeno mobilnostjo, zlasti za tiste, ki uporabljajo invalidske vozičke. Terminali morajo, kjer je to mogoče, biti na eni ravni in opremljeni z ograjami. Vse informacije je potrebno zagotoviti tako, da se upoštevajo posebne potrebe oseb z omejeno možnostjo zaznavanja problemov. Vse informacije je treba podati v vizualni in zvočni obliki. Obe obliki se dajo na razpolago javnosti na tak način, da zagotavljajo, da so podatki zaznani v najboljših možnih pogojih. Da bi se omogočilo slabovidnim osebam in ljudem z izgubo sluha varno prečkanje cest, bi bilo treba zagotoviti semaforje z zvočnimi in svetlobnimi signali (UN Resolution on Accessible Tourism for All, 2005, str. 4).

Parkirišča

Parkirni prostori za invalidne voznike morajo biti večji od drugih parkirnih prostorov, tako da imajo ljudje dovolj prostora za prenos med njihovimi vozički in njihovimi avtomobili. Ti večji parkirni prostori morajo biti označeni s simbolom invalidskih vozičkov. Vozniki, ki so na teh prostorih upravičeni do parkiranja, so označeni z modro značko. Bistveno je zagotoviti, da ta določena parkirna mesta ne uporabljajo drugi vozniki.

Oddaljenost turističnih objektov od javnega prevoza, ki je večja od 500 metrov, je lahko preveč za nekatere osebe z omejeno mobilnostjo. Najboljša praksa je, da je 6 % parkirnih prostorov ali več, ki so označeni za invalidne voznike (Westcott, 2004, str. 12).

Vhod in recepcija

Poti morajo biti dovolj široke, da gredo lahko ljudje zlahka mimo in morajo biti brez ovir. Ograje morajo biti ob stopnicah in kjer je to mogoče. Vrh in konec stopnišča je treba jasno označiti s kontrastnimi barvami. Pomembno je, da je oddelek recepcije znižan tako, da bodo invalidne ali starejše osebe, ki bi pri registraciji raje sedele, lahko izpolnile potrebne obrazce preprosto in udobno. Dvigala morajo biti primerne velikosti, z avtomatskimi vrati, dobro razsvetljena in ne polna ogledal, saj ta lahko povzročijo probleme s koordinacijo. Kontrole je treba zagotoviti tudi v Braillovi pisavi. Zagotoviti je treba slušna in vidna oznanila (Westcott, 2004, str. 14).

Nastanitev

Dostopne nastanitve morajo biti čim bližje centralnim službam v objektu in v pritličju, kjer je to mogoče. Na voljo mora biti primeren telefon, alarm ali drugo sredstvo za klic na pomoč. Višina praga, širina vrat in prostor za premikanje, so bistvenega pomena za uporabnike invalidskih vozičkov. Opreme, kot so skodelice, stikala, itd., morajo biti v dosegu z invalidskega vozička. Zahteve strank s težavami sluha je treba opredeliti ob prihodu, saj morajo biti obveščeni o vseh postopkih, ki lahko vplivajo na njihovo zasebnost (varnost, na primer gospodinjstvo, sobna postrežba, požar, itd.). TV s teletekstom bo v korist gluhih oz. naglušnim osebam. Če je slabovidna ali slepa oseba sama v sobi, mora osebje ob nastanitvi ponuditi usmerjanje gostov o postavitvi pohištva in naprav v bivalnih prostorih. Gostje lahko tudi zahtevajo nastanitvene kapacitete, primerne za ljudi z alergijami ali astmo (Westcott, 2004, str. 14)

Za uporabnika invalidskega vozička se zahteva dovolj prostora za manevriranje znotraj kopalnice. Z dovolj prostora za invalidski voziček se uporabniku omogoči prenos iz invalidskega vozička na WC, pod tuš ali v kad, z ali brez pomoči asistenta. Na voljo morajo biti rdeči kabli v primeru nujne pomoči ali alarmi blizu nadstropja v primeru, če invalidne osebe padejo in potrebujejo pomoč (Westcott, 2004, str. 17, 18).

Restavracije, trgovine

V restavracijah, kavarnah in barih, morajo biti prehodi dovolj široki, da se obiskovalcem omogoči gibanje z lahkoto. Pomembno je, da so nekatere mize brez sedežev in da je pod mizo dovolj prostora, s čimer se omogoči, da se voziček udobno prilega. Jedilniki morajo biti na voljo tudi v velikem tisku. Gostinski objekti se morajo posebno zavedati zahtev ljudi z alergijami in zagotoviti območje, kjer je kajenje prepovedano (Westcott, 2004, str. 18).

Muzeji in druge aktivnosti

Namestitev eksponatov je potrebno skrbno premisliti, tako da je optimiziran turistični obisk. Če so razstave prikazane v nedostopnih območjih, se mora upoštevati alternativne oblike dostopov, kot so fotografije, video. Številne atrakcije že omogočajo dotikanje eksponatov in s tem podkrepijo izkušnje slabovidnih ljudi. Mnoge turistične atrakcije nudijo tudi mobilnost vozil za obiskovalce. Prav tako je treba zagotoviti mesta za počitek (Westcott, 2004, str. 20).

Konferenčni prostori

Poleg prej navedenih drugih značilnosti, ki se uporabljajo za zgradbe (vhodi, telefoni, stranišča, dvigala, parkirišča, itd.), morajo biti konferenčni objekti opremljeni tudi s primernimi objekti za sedenje ali z rezerviranim področjem za osebe na invalidskih vozičkih. Potrebne pa so tudi druge posebne naprave in/ali magnetne indukcijske zank za osebe s slabšim sluhom (UN Resolution on Accessible Tourism for All, 2005, str. 6).

3.3 IZOBRAŽEVANJE ZAPOSLENIH

Osebe turističnih obratov in s turizmom povezanih storitev mora biti pripravljeno za razumevanje in reševanje težav kupcev s posebnimi potrebami. Zaposleni morajo biti ustrezno usposobljeni, kako nadzorovati in zagotavljati storitve. Prav tako morajo vedeti kako delujejo naprave, ki jih uporabljajo invalidne osebe. Med osebjem mora biti tudi oseba, ki je usposobljena za komuniciranje z osebami s senzoričnimi težavami. Osebe mora biti usposobljeno za ravnanje z osebami s posebnimi potrebami tako, da jim zagotovijo popolne informacije o storitvah in objektih, ki so jim na voljo, ter da nudijo pomoč za olajšanje njihovega dostopa do težko dostopnih storitev. Varnostniki v turističnih ustanovah in osebe za oskrbo naj bi praviloma ves čas imeli seznam sob in predelov, kjer so nastanjene osebe s posebnimi potrebami, če pride do nesreče (UN Resolution on Accessible Tourism for All, 2005, str. 2).

Premagovanje komunikacijskih ovir zahteva poseben, bolj osebni pristop. Svetina in ostali (2007, str. 16) priporočajo vključevanje tolmača za ljudi s slušnimi težavami (nekateri slovenski hoteli že zaposlujejo kader z znanjem slovenskega znakovnega jezika npr. na recepciji), in dovolj prijazne potrpežljivosti osebja. Osebe bi morale biti pripravljeno, da prebere menije strankam na njihovo zahtevo. V trgovinah pa morajo biti pripravljene pomagati kupcem, če potrebujejo pomoč.

4 PRIMERI DOBRIH PRAKS

V tujini so že dalj časa seznanjeni s pojmom »turizem za vse«. V tem poglavju podajam primere dobrih praks s strani ponudnikov v Evropi. Ker pa so za uresničevanje dostopnega turizma pomembne tudi organizacije, društva, ki spodbujajo prilagojeno ponudbo, so omenjeni tudi Evropska mreža za dostopni turizem (v nadaljevanju ENAT), Tourism for all England in Nacionalno turistično združenje Slovenije (v nadaljevanju NTZ) v sodelovanju s ŠENT-om.

4.1 DOSTOPNA PONUDBA V EVROPI

4.1.1 Stockholm

Leta 2000 si je švedski parlament zadal cilj, da bo Švedska dostopna vsakomur. Gradbeni zakoni so se zaostri in strožje zahteve so bile naložene uradnim in zasebnim organom za ustvarjanje dostopnih okolij. Zahteve so bile podane tako, da naj bi »enostavno odpravili ovire v uradnih prostorih in javnih prostorih«. Pričakujejo, da bo do leta 2010 Švedska postala dostopna vsakomur. Mesto Stockholm je pričelo s projektom dostopnosti »Easy Access«, ki ga usklajuje mestni svet in si aktivno prizadeva, da bi bile ulice dostopne in enostavne za navigacijo oseb z omejeno mobilnostjo (Bornholm, 2006).

Pridobitve pri prilagajanju Stockholma za izpolnitev potreb invalidnih oseb, s katerimi je omogočeno, da te osebe v celoti sodelujejo v družbenem življenju mesta, so številne. Skupnost bi rada navdihnila vse, da skrbijo za svoje someščane in obiskovalce. Večja dostopnost za invalidne osebe s točkami in kraji v mestu pomeni tudi udobje pri dostopu za vsakogar.

Načrtovana je vzpostavitev kontaktov z vsemi mestnimi upravami in organizacijami z invalidnimi osebami, ki zahtevajo, da se poudari primernost objektov in ustrezno ukrepa za olajšanje dostopa. Primeri ukrepov vključujejo: urejena sprehajališča, dvigala, premične stopnice, zmanjšanje razlike v ravneh, klopi v parkih, ograje in ročaje kontrastne oznake na stopniščih, itd. Projekt se nadaljuje z dodatnimi izboljšavami, z navodili za lastnike podjetij, letno konferenco in drugimi iniciativami (Ambrose, 2008).

4.1.2 Valencia

Špansko mesto Valencia je sodoben in dinamičen center, ki ponuja muzeje in turistične znamenitosti za vse vrste obiskovalcev. Valencia zagotavlja visoko kakovost javnih storitev in funkcij z opremo za invalidne osebe, ki zagotavlja tako starejšim kot invalidnim turistom prijetno bivanje na obali Costa del Azahar.

Valencia je dobra izbira za ljudi s težavami pri gibanju, ki potujejo z letalom. Mednarodno letališče Valencia je priključeno na mestno jedro z dvema terminaloma, ki sta dostopna za vozičke. Vsi vlaki imajo tudi prostor za vozičke in kopalnice s posebno opremo, ki je prilagojena turistom z omejenim gibanjem. Avtobusi so dostopni vozičkom, opremljeni so z rampami in nizkimi stopnišči. Veliko postaj podzemne železnice ima tudi vozovnico v Braillovi pisavi in z zvočnimi informacijami (Marion, 2008).

IVAM (Muzej sodobne umetnosti) ponuja prost vstop za invalidne obiskovalce. Vse plaže so tudi v celoti opremljene za sprejem invalidnih obiskovalcev in ponujajo v najem morske invalidske vozičke. Plaže so dostopne z metrojem in po avtobusnih linijah ter omogočajo lahek dostop do morja.

Vsi objekti in območja so preprosta za dostop za obiskovalce s posebnimi potrebami in psihičnimi okvarami: indukcijske zanke, oznake, dvigala, rampe in prilagojene sanitarije so na voljo povsod v mestu. Valencia muzej umetnosti in znanosti ima vsak mesec delavnico o invalidnosti s ciljem ozaveščanja javnosti o dostopnosti. Skoraj vsak hotel je dostopen za invalidske vozičke, saj je večina nastanitvenih objektov novih ali pa so bili nedavno obnovljeni (Marion, 2008).

4.1.3 Treize voyages

»Treize Voyages« je bilo prvo podjetje specializirano za aktivno socialno-poklicno vključevanje v turizmu. Ustanovljeno je bilo leta 1992 v Rungisu v Franciji in načrtuje ter organizira počitnice za duševno prizadete. Prav tako si prizadeva pomagati socialno izključenim in nekdanjim invalidnim bolnikom, da pridejo nazaj na delovno mesto in v družbo (Kostakou, 2007).

Združenje je uspešno organiziralo počitnice za več kot 20.000 ljudi. Za okrepitev in razširitev svoje poslovne dejavnosti želi združenje odpreti agencijo v Parizu, ki bi omogočila neposreden stik z odjemalci. V Rungisu bodo še naprej specializirani za oblikovanje počitniških produktov, medtem ko bo agencija v Parizu ponujala izlete po Parizu za invalide - turiste iz francoske pokrajine in vikende v provincah za Parižane (Kostakou, 2007).

4.2 ORGANIZACIJE ZA OZAVEŠČANJE DOSTOPNEGA TURIZMA

4.2.1 ENAT

ENAT je bil ustanovljen leta 2006 kot pobuda devetih sponzoriranih organizacij v šestih državah članicah EU. Evropska komisija in Generalni direktorat za zaposlovanje in socialne zadeve sta dala finančno podporo tej mreži za prvi dve leti poslovanja. V februarju 2008 je bila ENAT registrirana v Belgiji kot Evropska mreža za dostopen turizem. Imenovan je bil mednarodni odbor direktorjev, sestavljen iz ENAT ustanovnih partnerjev in drugih vodilnih organizacij za dostopni turizem (ENAT).

Misija ENAT-a je narediti evropske turistične destinacije, produkte in storitve dostopne za vse turiste. ENAT se trudi doseči ta cilj z združitvijo akterjev tega sektorja, da delijo svoje izkušnje, se učijo drug od drugega in sodelujejo. Spodbuja širšo ozaveščenost in razumevanje, da je potrebna dostopnost na vseh področjih turizma v vsej Evropi. Prav tako podpira razvoj in razširjanje dobrih politik in praks. ENAT zagotavlja platformo za tiste, ki podpirajo dostopnost v turizmu in je predstavnik pri evropskih in nacionalnih institucijah ter organizacijah, katerih dejavnosti imajo neposreden vpliv na turistični sektor (ENAT).

4.2.2 Tourism for all England

»Tourism for all England« je glas za dostopen turizem v Veliki Britaniji. Je nacionalna dobrodelna organizacija posvečena oblikovanju turizma, ki sprejema vse tipe gostov. Na njihovi spletni strani ponujajo informacije, ki pomagajo bodočemu turistu poiskati kraj ogleda, bivanja ali obiska. Nudijo svetovanje in pomoč podjetjem in javnim objektom, ki želijo postati bolj dostopni. »Tourism for all UK« je član evropskega projekta »Srečen turist«, ki omogoča e-učenje za usposabljanje zaposlenih za delo z ljudmi s posebnimi potrebami. Nudijo aktivna omrežja, posredovanje informacij o najboljših in želijo pomagati spremeniti najslabše turistične ponudnike tako, da lahko vsak sodeluje pri tem z registracijo na spletni strani ter tako postane član le-te (Tourism for all).

4.2.3 NTZ in ŠENT

NTZ je v začetku leta 2009 postalo del evropskega projekta CETA (Competitiveness for a European Tourism for All), ki traja 18 mesecev. Cilj projekta CETA je mrežiti mala in srednje velika turistična podjetja (MSP-je) ter širiti znanje in razumevanje dobrih praks, ki vzpodbujajo tako trajnost in trajni razvoj kot tudi konkurenčnost. Mednarodno partnerstvo CETA bo pod vodstvom ENAT-a turističnim MSP-jem pokazalo, kako lahko s prilagoditvijo ponudbe dvignejo zadovoljstvo gostov, pridobivajo konkurenčno prednost in zagotavljajo trajnost svojega delovanja (CETA vzpostavlja mrežo dostopnih turističnih podjetij, 2009). Nacionalno turistično združenje je v ta namen, v sodelovanju s ŠENT-om, ENAT-om in Turistično gostinsko zbornico Slovenije marca 2009 organiziralo mednarodno delavnico »Turizem za vse«. Delavnica je bila namenjena srednjim in malim turističnim podjetjem, ki bi želela svojo ponudbo prilagoditi vsem tipom gostov, pa tudi drugim zainteresiranim organizacijam in posameznikom (CETA vzpostavlja mrežo dostopnih turističnih podjetij, 2009).

ŠENT, kot je bilo omenjeno že na začetku tretjega poglavja, je v okviru projekta NETMEN razvilo blagovno znamko »Invalidom prijazno«. Blagovna znamka želi ustvariti okolje, kjer invalidi in osebe s posebnimi potrebami ne bodo več prikrajšani pri koriščenju turističnih storitev. Namen blagovne znamke je tudi ozaveščanje ljudi o težavah invalidov in vseh funkcionalno oviranih oseb. Blagovna znamka je namenjena turističnim organizacijam, vsem ki so povezani s turističnimi storitvami in invalidom ter osebam s posebnimi potrebami. ŠENT vzpodbuja turistične organizacije, da pridobijo certifikat »Invalidom prijazno«, ki je 3 stopenjski: osnovni, srebrni in zlat. Na ta način sodelujejo pri ustvarjanju pogojev, s katerimi bodo omogočili enakopravno vključevanje invalidov in oseb s posebnimi potrebami v aktivnosti, ki so povezane s preživljanjem prostega časa. Pomemben segment blagovne znamke je informiranje invalidov in oseb s posebnimi potrebami o turistični ponudi, zato ustvarjajo na podlagi podeljenih certifikatov »Invalidom prijazno« bazo turističnih

ponudnikov, ki je dostopna na njihovi spletni strani. Na podlagi izpolnjevanih kriterijev in natančnega opisa dostopnosti, lahko vsak posameznik, ne glede na vrsto funkcionalne oviranosti, pridobi verodostojne informacije o dostopnosti turističnega objekta, aktivnostih in drugih turističnih storitvah (Invalidom prijazno).

Na razpisu Norveškega finančnega mehanizma je bil maja 2008 odobren projekt »Razvoj turistične ponudbe za osebe s posebnimi potrebami«, ki ga vodi ŠENT, v njem pa sodeluje tudi NTZ. Projekt »Razvoj turistične ponudbe za osebe s posebnimi potrebami« se je uradno začel junija 2008, trajal pa bo 18 mesecev. Poleg NTZ-ja in vodje projekta, ŠENT-a, v projektu sodelujeta še zveza društev za cerebralno paralizo Slovenije Sonček in Zveza paraplegikov Slovenije. Osrednji cilji projekta so: prispevati k večji dostopnosti turističnih storitev za invalide in osebe s posebnimi potrebami, vzpodbujati razvoj in prilagoditve ter prispevati k zmanjšanju diskriminacije do oseb s posebnimi potrebami (Razvoj turistične ponudbe za osebe s posebnimi potrebami, 2008).

5 ODZIVI SLOVENSКИH TURISTIČNIH PODJETIJ NA ZAHTEVE »TURIZMA ZA VSE«

V zadnjem času se v Sloveniji vse bolj poudarja pomen socialnega turizma in z njim v povezavi »turizma za vse«. Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, je veliko organizacij del mednarodnih projektov, ki spodbujajo in ozaveščajo ljudi o dostopni turistični ponudbi. Glede na promocijo »turizma za vse«, sem na podlagi vprašanj, podatkov iz telefonskih pogovorov in intervjuja, analizirala pripravljenost slovenskih turističnih podjetij za dostopni turizem.

5.1 METODOLOGIJA

Za prvi del analize pripravljenosti slovenskih turističnih podjetij za »turizem za vse« sem izbrala vprašalnik (glej Priloga 1). Le-tega smo skupaj pripravili na NTZ-ju in Mednarodnem inštitutu za turizem v okviru mednarodnega projekta CETA, v sklopu katerega NTZ v sodelovanju s Turistično gostinsko zbornico Slovenije preučuje stanje na področju razvoja turizma, prilagojenega gostom s posebnimi potrebami v Sloveniji.

Vprašalnik je pošiljala Turistično gostinska zbornica Slovenije in sicer preko elektronske pošte. Poslan je bil 77-im slovenskim turističnim podjetjem. Zaradi slabega odziva je NTZ poslal opomnik preko elektronske pošte in kasneje smo skupaj klicali podjetja ter jih še enkrat povabili k sodelovanju. Ker je ob izteku roka poslalo rešen vprašalnik le 7 podjetij, sem sama izbrala še 13 podjetij in jim preko elektronske pošte poslala vprašalnik. Kljub vzpostavitvi osebne stika in vabilu za sodelovanje, je rešen vprašalnik poslalo le eno podjetje. Tudi na prošnje za osebni obisk se niso odzvali, oziroma si za to niso vzeli časa.

Vprašalnik je sestavljen iz dvanajstih sklopov vprašanj. Prvi se nanaša na osnovne podatke o podjetju. Drugi sklop zajema vprašanja o seznanjenosti z razvojem turizma za vse. Pri 3. vprašanju so podjetja označila za katere tipe gostov s posebnimi potrebami so že prilagodili svojo ponudbo oz. bi bili pripravljene prilagoditi svojo ponudbo. 4. sklop vprašanj je namenjen ukrepom s katerimi so že oz. bi bila podjetja pripravljena prilagoditi svojo ponudbo. 5. in 8. vprašanje se nanaša na finančna sredstva podjetja. Pri 6. vprašanju so morala podjetja označiti zakaj so prilagodila oz. bi bila pripravljena prilagoditi svojo ponudbo. Za 7. točko so podjetja označila trditve, ki so označevale dostopnost informacij in sredstev za prilagoditev turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami. Pri 9. in 10. točki so podjetja prav tako označevala kaj vse bi morala ali ne narediti za prilagoditev turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami občina ter kaj država. 11. vprašanje obravnava indikatorje za spremljanje konkurenčnosti in trajnostnega razvoja na turističnem trgu. Zadnje vprašanje je namenjeno komentarjem in opombam.

Za drugi del analize sem uporabila podatke o Austrii Trend Ljubljana in City hotelu, ki so mi jih posredovali v telefonskem pogovoru. Prav tako so uporabljeni podatki s spletne strani Invalidom prijazno, kjer so objavljena podjetja, ki že imajo njihov certifikat in podatki o listini »Občina po meri invalidov« s spletne strani Zveze delovnih invalidov Slovenije. Za konec analize sem se odločila za intervju z Dolores Kores, vodjo projekta »Razvoj turistične ponudbe za ljudi s posebnimi potrebami« s ŠENT-a, ki je podala mnenje o stanju »turizma za vse« v Sloveniji.

5.2 REZULTATI IN INTERPRETACIJA VPRAŠALNIKA

Poglavje je namenjeno opisu rezultatov vprašalnika o prilagoditvi turistične ponudbe osebam s posebnimi potrebami. Pri vsakemu sklopu rezultatov je podana tudi interpretacija odgovorov podjetij. Grafi z rezultati so podani v Prilogi 2.

Rešen vprašalnik je poslalo 8 podjetij: Casino Vis a Vis iz Kozine, Eximo d.o.o., igralnica v Novi Gorici, Hotel Casino Safir iz Sežane, HT (hoteli Tabor) Management d.o.o. iz Kozine, Ribičija d.o.o. iz Maribora, Kongo hotel&casino d.d.d. iz Grosupelj, Thermana d.d. Zdravilišče Laško in Zdravilišče Radenci d.o.o.

Ker nekatera podjetja niso odgovorila na vsa vprašanja, je število odgovorov pri točkah različno. Vprašalnik je bil sestavljen v okviru mednarodnega projekta CETA, zato sem za svojo analizo uporabila le podatke, ki so pomembni za moje diplomsko delo (rezultati vprašanj od 2 do 10).

Razvoj turizma za vse

Odgovori na drug sklop vprašanj (glej Priloga 2, Tabela 1) o razvoju »turizma za vse« so bili pričakovani. Polovica podjetij je na vprašanje »Ali ste seznanjeni s trendom razvoja turizma za vse« odgovorilo z da, polovica z ne, kar kaže na dejstvo, da je ta pojem v Sloveniji še zelo

mlad. Šest podjetij je že razmišljalo, da bi razvijali »turizem za vse« in svojo ponudbo prilagodili vsem/več tipom gostom, dva pa o tem še nista razmišljala, kar je vzpodbudno za slovenski turizem in dostopnost. Vseh osem podjetij je svojo ponudbo že deloma prilagodilo gostom s posebnimi potrebami, toda iz rezultatov tretjega sklopa trditev je jasno, da so imeli v mislih večinoma invalide, ki so gibalno ovirani. Pri vprašanju, če imajo v podjetju izdelano politiko razvoja »turizma za vse«, sta pritrdilno odgovorili le zdravilišči Laško in Radenci, kar je bilo pričakovano zaradi prilagojenosti zdravilišč za ljudi s posebnimi potrebami. Nobeno podjetje pa ni član kakšnega združenja ali organizacije, ki spodbuja razvoj »turizma za vse«.

Tipi gostov s posebnimi potrebami

Pri tretjem vprašanju (glej Priloga 2, Tabela 2) so podjetja označila za katere tipe gostov s posebnimi potrebami so že prilagodila oz. bi bila pripravljena prilagoditi svojo ponudbo. Gibalno oviranim gostom je prilagodilo svojo ponudbo vseh šest podjetij, ki so reševala to vprašanje. Za slepe in slabovidne imajo prilagojeno ponudbo le v zdravilišču Laško, ostalih pet pa bi prilagodilo svojo ponudbo. Gluhim in naglušnim gostom bi ponudbo prilagodilo vseh šest podjetij. Zdravilišče Laško je edino podjetje, ki ima prilagojeno ponudbo tudi za osebe s težavami v govoru, ostala podjetja so pripravljena prilagoditi ponudbo. Pri naslednjih tipih gostov, osebe s težavami in motnjami v duševnem razvoju, diabetiki, astmatiki, alergiki, imata dva podjetja že prilagojeno ponudbo, medtem ko bi jih bilo ostalih šest pripravljenih prilagoditi svojo ponudbo.

Ukrepi za prilagoditev ponudbe

Četrto vprašanje je bilo bolj obsežno, saj nas je zanimalo s katerimi podanimi ukrepi so podjetja že prilagodila oz. bi bila pripravljena prilagoditi svojo ponudbo (glej Priloga 2, Tabela 3). Prvi sklop trditev, ki je zajemal temo dostopa do objekta, so rešila vsa podjetja. Vsa imajo omogočeno nemoteno parkiranje za invalide v bližini objekta, nemoten dostop za invalide od parkirišča do objekta in za invalide prilagojen vstop v objekt. Pet podjetij imajo za invalide, ki prispejo z javnim prevozom, omogočen nemoten dostop do objekta, tri pa so pripravljena to omogočiti.

Pri funkcionalnosti so rezultati takšni, kot sem jih pričakovala. Največ prilagojenosti imata zdravilišči, še posebno za invalide. S prilagoditvami izstopa Zdravilišče Laško, ki že promovira svojo dostopnost za ljudi s posebnimi potrebami. Prilagojen recepcijski pult ima tako le Zdravilišče Laško, ostala štiri podjetja pa ga bi bila pripravljena prilagoditi. Nobeno podjetje nima prilagojenih označb v objektu. Tri podjetja imajo prilagojena vsa vrata v objektu, le Laško pa ima prilagojen tudi prehod med višinskimi nivoji in opremljene daljše hodnike s »počivališči« - s sedišči in oprijemali. V sobah imajo dodatno opremo le v zdraviliščih in sicer ambulift, negovalno posteljo in višjo posteljo. Le eno podjetje še nima prilagojenih skupnih sanitarij za invalide. Zopet imata le zdravilišči prilagojene mize v jedilnicah za invalide ter dostopne dvorane za kongrese in rekreacijske površine brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir. Nobeno podjetje pa nima prilagojene ponudbe za

slabovidne in naglušne, kot na primer: sobe opremljene s klicno napravo za goste z okvaro sluha; opremljene dvorane s tehnično opremo, ki omogoča nemoteno spremljanje gluhih, naglušnih, slepim; ponudba knjig in časopisov v Braillovi pisavi.

Rezultati glede informacij, ki jih posredujejo podjetja, so slabi. Le v podjetju Kongo casino&hotel posreduje gluhih gostom na recepciji informacije v vizualni obliki. Preostale ukrepe pa zaenkrat nima še nobeno podjetje. Nihče ne posreduje slepim gostom informacije v avdio obliki, noben objekt ni opremljen z jasnimi, standardnimi mednarodnimi simboli, tiskano gradivo z izborom najpomembnejših informacij ni objavljeno v povečani velikosti. Prav tako nimajo informacije o sestavi hrani v tiskani obliki in nimajo izdelanega načrta evakuacije za osebe s posebnimi potrebami.

Rezultati sklopov o dostopnosti do objekta, funkcionalnosti in informacij kažejo, da se podjetja posvečajo bolj gibalno oviranim gostom, pozabljajo pa še na ostale tipe gostov, ki tudi potrebujejo prilagojeno ponudbo. Vsi pa so pripravljene prilagoditi ponudbo vsem tipom gostom, saj se očitno zavedajo, kako pomembno je zadovoljiti potrebe vseh gostov.

Zadnji sklop, ki je obravnaval storitve, je rešilo pet podjetij. Vsa podjetja poskrbijo, da vsak gost ve, kam se obrniti, če potrebuje zdravniško pomoč ali želi najeti zunanjo strokovno pomoč, kot je osebni negovalec, znakovni tolmač idr. Le Zdravilišče Laško je že izobrazilo vodstvo podjetja in zaposlene, ki so v neposrednem stiku z gosti, o osnovah dela z osebami s posebnimi potrebami, ostali pa bi bili pripravljene izobraziti zaposlene. Vseh pet podjetij je pripravljeno poskrbeti, da lahko gost najame zunanjo strokovno pomoč. Kongo casino&hotel in Zdravilišče Laško imata že omogočeno bivanje osebam z okvaro vida s psom spremljevalcem. Obe zdravilišči že nudita posebne storitve za osebe s posebnimi potrebami (posebne terapije, programi sproščanja ipd.), ostala tri pa so pripravljena nuditi te storitve. Tudi ta sklop rezultatov da jasno sliko, da podjetja premalo posvečajo pozornost ne le lažjemu bivanju vsem gostom, ampak tudi izobraževanju zaposlenih, kar pa je osnova za prilagojenost njihove ponudbe.

Finančna sredstva za prilagoditve

Oceno višine finančnih sredstev za prilagoditev so podali le iz Zdravilišča Radenci (glej Priloga 2, Tabela 4). Vložili so 15.000 €, pripravljene pa bili vložiti 5.000 €, predvsem za izobraževanje. Podatek kaže na to, da so že veliko vložili, toda največ bi potrebovali za usposabljanje. Ostala podjetja verjetno niso izpolnila tega vprašanja zaradi premalo informacij glede svojih financ.

Vzroki za prilagoditve ponudbe

Šesto vprašanje, ki je spraševalo o vzrokih za prilagoditev ponudbe, je rešilo pet podjetij (glej Priloga 2, Tabela 5). Na prvi podan odgovor »zaradi naraščajočega povpraševanja po tem tipu turizma« so tri podjetja odgovorila z že in dva z bi. Tri podjetja so že prilagodila svojo ponudbo zaradi ustvarjanja konkurenčne prednosti in zaradi omogočanja počitnic vsem ljudem, dve podjetji pa sta jo pripravljene prilagoditi. Ostala tri podjetja, ki niso rešila tega vprašanja, verjetno niso nikoli razmišljala o dostopnosti svoje ponudbe.

Dostopnost informacij, programov za prilagoditev turistične ponudbe

Pri prvi trditvi, če je na voljo dovolj informacij za prilagoditev turistične ponudbe, je pritrdilno odgovorilo le Zdravilišče Radenci. Na ostale trditve, ki so: dovolj programov izobraževanja in usposabljanja za zaposlene v turizmu, dovolj javnih finančnih in drugih spodbud in dovolj strokovne pomoči, je vseh sedem podjetij odgovorilo negativno (glej Priloga 2, Tabela 6). Odgovori prikazujejo, da je stanje glede samega ozaveščanja o »turizmu za vse« slabo.

Finančna pomoč za prilagoditve

Vseh sedem podjetij, ki so reševala osmo točko vprašalnika, je odgovorilo negativno, kar pomeni, da se za prilagoditev turistične ponudbe gostom s posebnimi potrebami niso poslužili finančnih ali drugih pomoči s strani občine, države ali mednarodnih virov/organizacij (glej Priloga 2, Tabela 7). Verjetno je vzrok za to iskati tudi v odgovorih na prejšnje vprašanje, saj ni dovolj informacij in programov za usposabljanje.

Pomoč občin in države za prilagoditev ponudbe

S trditvama, da bi morala občina več investirati v ustrezno prilagojeno lokalno strukturo in v ustrezno prilagojene lokalne turistične privlačnosti, se je strinjalo vseh sedem podjetij. S trditvijo, da bi morala občina nuditi finančno ali drugo pomoč, se le eno podjetje ni strinjalo (glej Priloga 2, Tabela 8).

Vseh osem podjetij se je strinjalo z vsemi trditvami desete točke, ki so podale primere pomoči s strani države (glej Priloga 2, Tabela 9). Država bi tako morala več investirati v ustrezno prilagojeno javno infrastrukturo, turističnim podjetjem sofinancirati prilagoditev turistične ponudbe, sofinancirati posebne promocijske materiale ter zaposlene v turizmu izobraževati o »turizmu za vse« s seminarji, delavnicami ipd.

Rezultati nakazujejo, da so tudi občine slabo ozaveščene o dostopnosti turizma za vse tipe gostov, saj ne spodbujajo podjetij. Tudi država posveča premalo pozornosti dostopnemu turizmu. Mala in mikro podjetja imajo v Sloveniji zelo pomembno vlogo, vendar so zaradi svoje majhnosti lahko slabše pripravljena na vključitev vidikov trajnostnega razvoja in na trženje le tega. Zato je potrebno posrednike politike turizma pozvati, naj podjetjem prenesejo sporočilo njenih ukrepov in olajšajo njihov prispevek k izvajanju programa.

6 KONČNA ANALIZA PRIPRAVLJENOSTI SLOVENSКИH TURISTIČNIH PODJETIJ ZA »TURIZEM ZA VSE«

Zadnje poglavje vključuje končno oceno nekaterih slovenskih turističnih podjetij in njihovo pripravljenost za prilagoditev njihove turistične ponudbe gostom s posebnimi potrebami, ki temelji na rezultatih vprašalnika in na podatkih o nekaterih organizacijah, ki so že primer dobre prakse v Sloveniji. Poudarila bi, da sami rezultati vprašalnika ne kažejo celotnega stanja in pripravljenosti slovenskih turističnih podjetij za prilagoditev njihove ponudbe, zato na njihovi podlagi ne morem posploševati dejanskega stanja. Ravno zaradi tega sem tudi

analizirala že do sedaj uveljavljene primere, pri katerih lahko govorimo o dostopnosti objektov in občin.

Delna analiza mi daje vpogled, da je pojem »turizem za vse« v Sloveniji mlad in dokaj nepoznan, medtem ko je v Evropi že veliko primerov dobre prakse, tako s strani turističnih podjetij, kot s strani organizacij in združenj. Odziv na vprašalnik, čigar odgovori bi bili uporabljeni tudi za mednarodni projekt CETA, je bil izredno slab. Vzroke za to bi lahko iskali v nepripravljenosti slovenskih turističnih podjetij na prilagoditve svoje ponudbe vsem gostom, da podjetja še niso seznanjena s tem tipom turizma in da jih to tudi ne zanima. Po mojem mnenju se veliko turističnih delavcev dejansko ne zaveda, koliko ljudi je v Evropi, ki bi radi potovali, toda zaradi neprilagojenosti ne morejo. Zadnje raziskave kažejo na ogromno številko, kar je razvidno iz drugega poglavja in tudi na velik ekonomski pomen tega tipa turizma. Če bi bila podjetja seznanjena s temi dejstvi, bi verjetno spoznala, da si lahko s tem pristopom tudi omogočijo konkurenčno prednost.

Če izvzamemo počitniške objekte, ki so v lasti nekaterih invalidskih društev in so namenjeni letovanju njihovih članov ter zdravilišča, ki imajo dobro prilagojeno ponudbo za invalidne osebe, kot je bilo razvidno tudi iz rezultatov vprašalnika, Slovenija ni dostopna. Toda poleg zdravilišč že obstajajo podjetja z delno prilagojeno turistično ponudbo. V telefonskem pogovoru so mi iz Austrie Trend Ljubljana povedali, da so zelo dovezetni za prilagojenost ponudbe, sodelujejo že z Dostopno Slovenijo (strategija Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve, ki upošteva človekovo raznolikost, enakost in družbeno vključevanje) in imajo veliko sob prilagojenih za invalidne goste. Prav tako so bili pripravljeni sodelovati v Hostlu Celica, vendar zaradi odsotnosti direktorja nisem prišla do uporabnih podatkov.

Kot je bilo omenjeno v četrtem poglavju, lahko slovenska turistična podjetja pridobijo certifikat »Invalidom prijazno«. Le-tega ima šest podjetij. Edini hotel s tem certifikatom je City hotel v Ljubljani. Dolores Kores, vodja projekta »Razvoj turistične ponudbe za ljudi s posebnimi potrebami« s ŠENT-a, je v pogovoru povedala, da so s City hotelom stopili v stik, ko je potekala ena izmed njihovih promocijskih akcij. Hotel naj bi bil zelo dostopen in odprt za novosti, kar dokazuje srebrn znak certifikata »Invalidom prijazno«.

Gostišče Tulipan, Slaščičarna Šmon in Taverna pri Štefanu so gostinski objekti, ki imajo bronast znak certifikata »Invalidom prijazno«. Gostilna Union s prenočišči in Hotel Krek sta nastanitvena objekta in imata prav tako bronast znak certifikata. Vsa ta podjetja so iz gorenjske regije. To kaže na pripravljenost večinoma gostinskih podjetij, ki pa ne porabijo toliko finančnih sredstev za prilagoditve kot večja turistična podjetja z nastanitvenimi kapacitetami.

Kot je razvidno iz danih podatkov, so nekatera slovenska turistična podjetja pripravljena prilagoditi svojo ponudbo, toda za to imajo premalo informacij oz. ne vedo, na koga bi se lahko obrnili. Na tem področju je ŠENT že veliko pripomogel z blagovno znamko »Invalidom prijazno«. Zanimanja za njihov certifikat je namreč veliko, vendar pa je odločitev zanj malo. Pri ŠENT-u se zavedajo, da bo potrebno podjetja pritegniti z večjim ozaveščanjem,

izobraževanjem o prednostih in posledicah odprtosti in dostopnosti za ranljive družbene skupine. Dostopno za invalide namreč ne pomeni dostopno zgolj zanje, ampak tudi privlačnost za njihove družinske člane ter vse, ki niso invalidi, vendar se srečujejo s kakšno gibalno ali psihično težavo.

Dolores Kores je v pogovoru podala optimistično oceno pripravljenosti slovenskih turističnih podjetij in organizacij, saj v letošnjem letu pričakujejo vsaj še 15 organizacij, ki bi se odločile za pridobitev tega znaka. Predvidevajo, da bi lahko letno podelili najmanj 15 znakov, mogoče vsako leto nekaj več. V petih letih bi po najbolj optimističnih napovedih lahko pokrivali 100 objektov.

Že v prejšnjem poglavju sem pri interpretaciji rezultatov vprašalnika ugotovila, da je največ rešitev oz. dostopnosti vezanih na gibalno ovirane goste, za slepe, slabovidne, gluhe in naglušne rešitev praktično ni. Rezultati se ujemajo tudi z mnenjem Dolores Kores, da je stanje najslabše pri izobraženosti oz. ozaveščenosti turističnih delavcev, ki ne vedo kako ravnati z osebami s težavami v duševnem zdravju, saj tam dejansko ni potrebno nobenih »vidnih« sprememb. Potrebne so spremembe v pristopu turističnih delavcev, kar pa je tudi najtežje spremeniti.

Vendar pa je pomembna tudi pomoč občine in države. Zanimanje občin za ustvarjanje okolja, ki je prijazno invalidom, je vse več. Zveza delovnih invalidov Slovenije od leta 2003 podeljuje listine »Občina po meri invalidov«. Do sedaj imajo to listino naslednje občine: Ajdovščina, Velenje, Trbovlje, Radovljica, Hrastnik, Radlje ob Dravi, Rogaška Slatina, Slovenj Gradec in Zagorje ob Savi. Občine tako pri realizaciji vseh svojih aktivnosti upoštevajo posebne potrebe vseh invalidov ter povezujejo in vzpodbujajo sodelovanje različnih dejavnikov na območju občine: od javnih služb, invalidskih in drugih nevladnih organizacij do gospodarstva za realizacijo akcijskega načrta o prilagojenosti občine (Občina po meri invalidov).

Država bi morala bolj konkretno spodbujati večjo dostopnost. Z dokumenti, kot je Turistična politika s strani Ministrstva za gospodarstvo, z jasnimi smernicami in pa tudi s finančno podporo bi zagotovo pritegnili več podjetij.

Čeprav je iz končne analize razvidno, da je pripravljenost slovenskih turističnih podjetij za »turizem za vse« bolj slaba, pa je vsekakor potrebno spremljati, kako se bodo podjetja čez leta prilagajala vsem tipom gostov. V Sloveniji nastajajo starostne, socialno ekonomske in kulturološke razlike med prebivalci, ki so vse večje in bolj poudarjene iz leta v leto. Vse več je tudi zahtev po primernem prilagojenem okolju za ljudi z invalidnostjo, s kroničnimi ali akutnimi boleznimi, ki otežijo komunikacijo. Občine se že odzivajo, prav tako je velik korak v to smer naredil ŠENT v sodelovanju z NTZ-jem. Zanimivo bo spet narediti podobno analizo med slovenskimi turističnimi podjetji čez dve do pet let, ko bodo lahko že vidne večje spremembe pri prilagoditvi za vse tipe gostov.

SKLEP

Vsak človek ima pravico, da gre kamor želi, da se zabava, komunicira, izobražuje in tudi sam, v kolikor je zmožen, opravlja storitve zase. Okolje mora biti zato dostopno za vsakogar, ne le zgradbe, ampak tudi uporabne in vsem prijazne javne površine z javnim prometom in seveda tudi dostopnost do informacij ter možnost komunikacije v prilagojenih tehnikah za senzorno ovirane ljudi. Tu ima pomembno vlogo tudi turizem, saj mora biti turistična ponudba oblikovana na dostopen način.

Skozi diplomsko delo sem spoznala vedno bolj pomemben pojem »turizem za vse«, ki omogoča zanesljive informacije za vse tipe gostov, odpravlja arhitekturne in kulturne ovire ter se osredotoča na strankine potrebe. Predvsem imamo tu v mislih posameznike s fizičnimi, čutnimi motnjami, ki zahtevajo posebno nego, kot so starejše osebe in druge, ki potrebujejo začasno pomoč. Ta segment znaša v Evropi kar 127,5 milijonov turistov, medtem ko je v Sloveniji povpraševanje po »turizmu za vse« kar 29,1 odstoten. Dostopen turizem pa kaže tudi doprinos h gospodarstvu, saj ustvarjanje dostopnih storitev v turističnem sektorju prispeva h gospodarski rasti in zaposlovanju.

Primeri dobrih praks po Evropi kažejo, da so projekti že vrsto let uspešni in da se povpraševanje po kvalitetni in dostopni ponudbi večja iz leto v leto. Prav tako se začanja o »turizmu za vse« govoriti tudi v Sloveniji, kar dokazuje uspešnost ŠENT-ovega certifikata »Invalidom prijazno«, ki ga ima do sedaj 6 podjetij.

Toda analiza pripravljenosti slovenskih turističnih podjetij je pokazala, da so nekatera podjetja sedaj še v stanju, ko ne razmišljajo toliko o prilagoditvah. Vzrokov je več, od nezaveščenosti do premalo finančnih sredstev. Zaradi slabega odziva na vprašalnik, nam dajo podjetja vedeti, da niso še pripravljena prilagajati svoje ponudbe, prav tako pa ne smemo posploševati pripravljenost podjetij za dostopno ponudbo na podlagi teh rezultatov. V končni analizi sem potrdila hipotezo, da Slovenija ni dostopna, če izvzamemo počitniške objekte, ki so v lasti invalidskih društev in večja zdravilišča. Največ je rešitev, ki so vezane na gibalno ovirane goste. Za slepe, slabovidne, gluhe in naglušne osebe rešitev praktično ni. Najslabše pa je ocenjena izobraženost oz. ozaveščenost turističnih delavcev, ki ne vedo, kako ravnati z osebami s težavami v duševnem zdravju.

Pomembna je tudi vloga države in občin, ki ustvarjajo dostopno destinacijo. Podatki v diplomskem delu vseeno nakazujejo optimistično napoved, saj je poleg analiziranih podjetij veliko zanimanja za prilagodljivost in ustvarjanje okolja, ki je prijazno invalidom, tudi med občinami. Potrebno bo še veliko dela, ozaveščanja ter izobraževanja, da bo Slovenija lahko postala dostopna država in sčasoma bodo tudi turistična podjetja lahko koristila konkurenčno prednost s prilagojeno ponudbo za vse tipe gostov.

LITERATURA IN VIRI

1. Ambrose, I. (2008, 26. november). Stockholm: »The Most Accessible Capital City in the World by 2010«. Najdeno 8. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.549
2. Bornholm, H. (2006, 12. maj). Sweden – accessible to all tourists. Najdeno 10. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://www.sweden.se/eng/Home/Tourism/Reading/Sweden--accessible-to-all-tourists/>
3. CEP-CMAF (2007). European Standing Conference of Co-operatives, Mutual Societies, Associations and Foundations. Creating an inclusive society: Mainstreaming disability based on the Social Economy example. Najdeno 29. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.reports.594>
4. CETA vzpostavlja mrežo dostopnih turističnih podjetij [NTZ] (2009, 16. marec). Najdeno 16. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.ntz-nta.si/>
5. Dostopna Slovenija. Najdeno 2. aprila 2009 na spletnem naslovu http://dostopna-slovenija.com/index_files/Turizem.htm
6. ENAT. Najdeno 24. marca 2009 na spletnem naslovu http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.who_we_are
7. European Commission (2006, januar). Conference »Tourism for all: State of the play and existing practices in the EU«. Najdeno 10. aprila 2009 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/events/social_tourism/conference_2006/index_en.htm
8. Invalidom prijazno. Najdeno 24. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.invalidom-prijazno.eu/>
9. Kostakou, E. (2007, 5. december). Travel agency Treize voyages. Najdeno 10. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.300
10. Laura, A. (2009, marec). Tourism information and support services. Najdeno 20. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.ntz-nta.si/>
11. Leidner, R. (2006, oktober). *Tourism accessible for all in Europe*. Najdeno 21. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.rollingrains.com/archives/Tourism_for_all_in_Europe_Leidner_2006.pdf
12. Marion (2008, avgust). *Top Accessible Holiday Destination: Valencia, Spain*. Najdeno 10. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://www.venere.com/blog/accessible-holiday-valencia/>
13. Miller, G. (2009, marec). *The Market for Accessible Tourism*. Najdeno 20. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.ntz-nta.si/>
14. Občina po meri invalidov. Najdeno 26. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.zdis.si/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=19>

15. *Obnovljena turistična politika EU* (2007). Bruselj: Evropski parlament. Najdeno 29. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2007-0575+0+DOC+XML+V0//SL>
16. Planina, J. & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
17. Potočnik, V. & Mihalič, T. (2003). *Trženje v turizmu, vodnik po predmetu*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
18. *Razvoj turistične ponudbe za osebe s posebnimi potrebami [NTZ]* (2008, 15. maj). Najdeno 21. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.ntz-nta.si/>
19. Sirše, J. & Kores, D. (2009, marec). Invalidom prijazno, kriteriji za turistično ponudbo. Najdeno 20. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.ntz-nta.si/>
20. Svetina, P., Jesih, J., Bizjak, B. & Kovač, N. (2007). *Smernice za delo z invalidi za turistične ponudnike*. ŠENT. Najdeno 16. julija 2009 na spletnem naslovu http://prireditve.sent-si.org/Invalidom_prijazno.pdf
21. *Toward a tourism vision based on human and social values*. Najdeno 2. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.sectur.gob.mx/wb/secturing/tourism_for_all?page=1
22. *Tourism for all*. Najdeno 24. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.tourismforall.org.uk>
23. *UN Resolution on Accessible Tourism for All [UNWTO]* (2005). Najdeno 3. aprila 2009 na spletnem naslovu http://www.accessibletourism.org/resources/unwto_a_res_492xvi_10_accessibility-3.pdf
24. Westcott, J. (2004). *Improving information on accessible tourism for disabled people*. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Najdeno 23. marca 2009 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf

PRILOGE

Priloga 1: VPRAŠALNIK

PRILAGODITEV TURISTIČNE PONUDBE OSEBAM S POSEBNIMI POTREBAMI

Vprašalnik

Nacionalno turistično združenje sodeluje v mednarodnem projektu CETA (Competitiveness for European Tourism for All), v sklopu katerega v sodelovanju s Turistično gostinsko zbornico Slovenije preučujemo stanje na področju razvoja turizma, prilagojenega gostom s posebnimi potrebami, v Sloveniji.

Pri prilagajanju ponudbe gostom s posebnimi potrebami govorimo o razvoju »**dostopnega turizma**« oz. »**turizma za vse**«. Dejstvo je namreč, da si tudi osebe s posebnimi potrebami želijo potovati, a se že pri načrtovanju potovanja pogosto soočijo s težavami, ki se nadaljujejo na poti in na destinaciji. Med osebe s posebnimi potrebami prištevamo gibalno ovirane, slepe in slabovidne, gluhe in naglušne, goste s težavami in motnjami v duševnem razvoju, alergike, diabetike in druge osebe s trajnimi boleznimi in ovirami, poleg pa njih pa tudi starejše, saj se ti pogosto srečujejo s starostnimi težavami in boleznimi.

1. Podatki o ponudniku

Naziv organizacije:	
Naslov:	
Poštna številka in kraj:	
Velikost podjetja (število zaposlenih):	
Odgovorna oseba:	
Kontaktna oseba:	
Telefon:	Faks:
E-pošta:	Spletna stran:

2. Razvoj turizma za vse

	DA	NE
Ali ste seznanjeni s trendom razvoja »turizma za vse«?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ali ste seznanjeni z dokumentom Turistična politika za leto 2009 z usmeritvami za leto 2010 Ministrstva za gospodarstvo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ali ste že kdaj razmišljali o tem, da bi razvijali turizem za vse in svojo ponudbo prilagodili vsem/več tipom gostov?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ali ste svojo ponudbo deloma že prilagodili gostom s posebnimi potrebami?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ali imate v podjetju izdelano politiko razvoja »turizma za vse«?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ali ste član kakšnega združenja ali organizacije, ki spodbuja razvoj turizma za vse? Če da, katerega?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	--------------------------

3. Za katere tipe gostov s posebnimi potrebami ste že prilagodili svojo ponudbo oz. bi bili pripravljeni prilagoditi svojo ponudbo?

	ŽE	BI
gibalno ovirani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
slepi in slabovidni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gluhi in naglušni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
osebe s težavami v govoru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
osebe s težavami in motnjami v duševnem razvoju	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
diabetiki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
astmatiki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
alergiki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
drugo (opredeli) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. S katerimi ukrepi ste že prilagodili oz. bi bili pripravljeni prilagoditi svojo ponudbo?

	ŽE	BI
<i>DOSTOP DO OBJEKTA</i>		
invalidom omogočiti nemoteno parkiranje v bližini objekta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
invalidom omogočiti nemoten dostop od parkirišča do objekta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
invalidom, ki prispejo z javnim prevozom, omogočiti nemoten dostop do objekta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
invalidom prilagoditi vstop v objekt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>FUNKCIONALNOST</i>		
prilagoditi recepcijski pult (prosimo, označite: višina, barva, pripomočki za slepe in gluhe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prilagoditi označbe v objektu (prosimo, označite: barva, velikost črk, kontrasti, svetloba)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prilagoditi vsa vrata v objektu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prilagoditi prehod med višinskimi nivoji z namestitvijo dvigala oz. stopnic z ograjo ali oprijemalom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
daljše hodnike opremiti s »počivališči« s sedišči in oprijemali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
invalidom prilagoditi razporeditev v sobah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v sobe namestiti dodatno opremo (prosimo, označite: ambulift, negovalna postelja, višja postelja, videotelefon, telefon z izpisom besedila, lupa, računalnik z lupo, drugo _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
invalidom prilagoditi kopalniško opremo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sobe opremiti s klicno napravo za goste z okvaro sluha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
skupne sanitarije prilagoditi invalidom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mize v jedilnicah prilagoditi invalidom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
invalidom prilagoditi samopostrežne otoke v restavracijah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dvorane za kongrese, seminarje in prireditve narediti invalidom dostopne brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v dvorani zagotoviti prostor za najmanj dva invalidska vozička	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

vsaj eno dvorano opremiti s tehnično opremo, ki omogoča nemoteno spremljanje dogajanja gluhih, naglušnih, slepim in slabovidnim (prosimo, označite: indukcijska zanka, zvočniki oziroma ojačevalci zvoka, podnapisi, lupe, drugo _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
rekreacijske površine, kot so bazen, fitnes, savne, narediti invalidom dostopne brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
skupne javne površine, kot so klubska soba, čitalnica ipd., narediti invalidom dostopne brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
računalnik, namenjen gostom, opremiti tako, da ga lahko uporabljajo tudi slepe in slabovidne osebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
knjige in dnevne časopise nuditi v Braillovi pisavi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prostore opremiti z lupami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prostor za intervencijo narediti invalidom dostopen brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INFORMACIJE		
gluhim gostom na recepciji posredovati informacije v vizualni obliki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
slepim gostom na recepciji posredovati informacije v avdio obliki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
objekt opremiti z jasnimi, standardnimi mednarodnimi simboli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informacije o objektu objaviti na spletni strani v povečani pisavi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tiskano gradivo z izborom pomembnejših informacij, kot so ceniki, jedilniki in obvestila, objaviti v povečani pisavi velikosti najmanj 16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informacije o sestavi hrane navesti v tiskani obliki oz. usposobiti osebje, da jih po potrebi zagotovi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
izdelati načrt evakuacije za osebe s posebnimi potrebami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
STORITVE		
poskrbeti, da vsak gost ve, kam se obrniti, če potrebuje zdravniško pomoč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vodstvo podjetja in zaposlene, ki so v neposrednem stiku z gosti, izobraziti o osnovah dela z osebami s posebnimi potrebami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
poskrbeti, da lahko gost najame zunanjo strokovno pomoč, kot je osebni negovalec, znakovni tolmač, spremljevalec ipd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
osebam z okvaro vida omogočiti bivanje s psom spremljevalcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nuditi posebne storitve za osebe s posebnimi potrebami (prosimo, označite: posebne terapije, programi sproščanja, zdravstveni programi, drugo _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DRUGO		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Ocenite, kolikšna finančna sredstva ste oz. bi bili pripravljene vložiti v te prilagoditve.

Vložili smo _____ €.

Praviljeni bi bili vložiti _____ €.

6. Zakaj ste prilagodili oz. bi bili pripravljene prilagoditi svojo ponudbo?

	ŽE	BI
zaradi naraščajočega povpraševanja po tem tipu turizma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zaradi ustvarjanja konkurenčne prednosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zato, ker moramo vsem ljudem omogočiti počitnice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zaradi priporočil RNUST-a, naj razvijamo trajnostni turizem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Za prilagoditev turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami je na voljo:

	DA	NE
dovolj informacij	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dovolj programov izobraževanja in usposabljanja za zaposlene v turizmu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dovolj javnih finančnih in drugih spodbud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dovolj strokovne pomoči	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Za prilagoditev turistične ponudbe gostom s posebnimi potrebami smo se že poslužili finančnih ali drugih pomoči s strani:

	DA	NE
občine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
države	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mednarodnih virov/organizacij	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Pri prilagoditvi turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami bi morala OBCINA:

	DA	NE
več investirati v ustrezno prilagojeno lokalno infrastrukturo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
več investirati v ustrezno prilagojene lokalne turistične privlačnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nuditi finančno ali drugo podporo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
drugo _____		

10. Pri prilagoditvi turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami bi morala DRŽAVA:

	DA	NE
več investirati v ustrezno prilagojeno javno infrastrukturo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
turističnim podjetjem sofinancirati prilagoditev turistične ponudbe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sofinancirati posebne promocijske materiale tistih ponudnikov, ki imajo ponudbo prilagojeno osebam s posebnimi potrebami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zaposlene v turizmu izobraževati o »turizmu za vse« (seminarji, delavnice, spletna stran z nasveti ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
drugo _____		

11. Podajamo izbor indikatorjev za spremljanje konkurenčnosti in trajnosti na turističnem trgu. Zanima nas,

A) kateri indikatorji najbolj odražajo vašo konkurenčnost in trajnostni položaj na turističnem trgu,

B) na katere indikatorje bi po vašem mnenju uvajanje ukrepov za razvoj »turizma za vse« najbolj pozitivno vplivalo.

	A	B
tržni delež	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
realizirani prihodki in njihove spremembe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
čisti poslovni izid in njegove spremembe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
donos na kapital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dodana vrednost na zaposlenega	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prihodki na sobo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
prihodki na sobo, prilagojeno osebam s posebnimi potrebami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
povprečna realizirana cena sobe in njene spremembe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
povprečna zasedenost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
št. gostov in njihovo gibanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
št. gostov s posebnimi potrebami in njihovo gibanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zadovoljstvo gostov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
št. gostov povratnikov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
št. gostov povratnikov s posebnimi potrebami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
št. zaposlenih in njihovo gibanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zadovoljstvo zaposlenih	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
št. pridobljenih znakov kakovosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
poraba energije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
poraba energije iz obnovljivih virov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
poraba in stroški vode	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
količina odpadkov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
emisije CO ₂	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Komentarji, opombe:

Dodatne informacije:

Lucija Adamič, 040 677 322, lucija.adamic@gmail.com

Sandra Brence, 041 259 315, sandra.brence@gmail.com

Prosimo vas, da izpolnjen vprašalnik po navadni ali e-pošti vrnete na naslov:

Nina Pečoler

Nacionalno turistično združenje

Vošnjakova 5, 1000 Ljubljana

nina.pecoler@ntz-nta.si

Priloga 2: REZULTATI VPRAŠALNIKA

Tabela 1: Razvoj turizma za vse

	DA	NE	DA (%)	NE (%)
Ali ste seznanjeni s trendom razvoja »turizma za vse«?	4	4	50	50
Ali ste že kdaj razmišljali o tem, da bi razvijali turizem za vse in svojo ponudbo prilagodili vsem/več tipom gostov?	6	2	75	25
Ali ste svojo ponudbo deloma že prilagodili gostom s posebnimi potrebami?	8	0	100	0
Ali imate v podjetju izdelano politiko razvoja »turizma za vse«?	2	6	25	75
Ali ste član kakšnega združenja ali organizacije, ki spodbuja razvoj turizma za vse? Če da, katerega?	0	8	0	100

Tabela 2: Za katere tipe gostov s posebnimi potrebami ste že prilagodili svojo ponudbo oz. bi bili pripravljene prilagoditi svojo ponudbo?

	ŽE	BI	ŽE (%)	BI (%)
gibalno ovirani	6	0	100	0
slepi in slabovidni	1	5	16,6	84
gluhi in naglušni	0	6	0	100
osebe s težavami v govoru	1	5	16,6	84
osebe s težavami in motnjami v duševnem razvoju	2	4	33,3	66,4
diabetiki	2	4	33,3	66,4
astmatiki	2	4	33,3	66,4
alergiki	2	4	33,3	66,4

Tabela 3: S katerimi ukrepi ste že prilagodili oz. bi bili pripravljene prilagoditi svojo ponudbo?

	ŽE	BI	ŽE (%)	BI (%)
DOSTOP DO OBJEKTA				
invalidom omogočiti nemoteno parkiranje v bližini objekta	8	0	100	0
invalidom omogočiti nemoten dostop od parkirišča do objekta	8	0	100	0
invalidom, ki prispejo z javnim prevozom, omogočiti nemoten dostop do objekta	5	3	62,5	37,5
invalidom prilagoditi vstop v objekt	8	0	100	0

FUNKCIONALNOST				
prilagoditi recepcijski pult	1	4	20	80
prilagoditi označbe v objektu	0	5	0	100
prilagoditi vsa vrata v objektu	3	2	60	40
prilagoditi prehod med višinskimi nivoji z namestitvijo dvigala oz. stopnic z ograjo ali oprijemalom	1	4	20	80
daljše hodnike opremiti s »počivališči« s sedišči in oprijemali	1	4	20	80
invalidom prilagoditi razporeditev v sobah	3	2	60	40
v sobe namestiti dodatno opremo	2	3	40	60
invalidom prilagoditi kopalniško opremo	2	3	40	60
sobe opremiti s klicno napravo za goste z okvaro sluha	0	5	0	100
skupne sanitarije prilagoditi invalidom	4	1	80	20
mize v jedilnicah prilagoditi invalidom	2	3	40	60
invalidom prilagoditi samopostrežne otoke v restavracijah	2	3	40	60
dvorane za kongrese, seminarje in prireditve narediti invalidom dostopne brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	2	3	40	60
v dvorani zagotoviti prostor za najmanj dva invalidska vozička	4	1	80	20
vsaj eno dvorano opremiti s tehnično opremo, ki omogoča nemoteno spremljanje dogajanja gluhih, naglušnim, slepim in slabovidnim	0	5	0	100
rekreacijske površine, kot so bazen, fitness, savne, narediti invalidom dostopne brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	2	3	40	60
skupne javne površine, kot so klubska soba, čitalnica ipd., narediti invalidom dostopne brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	1	4	20	80
računalnik, namenjen gostom, opremiti tako, da ga lahko uporabljajo tudi slepe in slabovidne osebe	0	5	0	100
knjige in dnevne časopise nuditi v Braillovi pisavi	0	5	0	100
prostore opremiti z lupami	0	5	0	100
prostor za intervencijo narediti invalidom dostopen brez arhitekturnih in komunikacijskih ovir	4	1	20	80
INFORMACIJE				
gluhim gostom na recepciji posredovati informacije v vizualni obliki	1	4	20	80
slepim gostom na recepciji posredovati informacije v avdio obliki	0	5	0	100

objekt opremiti z jasnimi, standardnimi mednarodnimi simboli	0	5	0	100
informacije o objektu objaviti na spletni strani v povečani pisavi	0	5	0	100
tiskano gradivo z izborom pomembnejših informacij, kot so ceniki, jedilniki in obvestila, objaviti v povečani pisavi velikosti najmanj 16	0	5	0	100
informacije o sestavi hrane navesti v tiskani obliki oz. usposobiti osebje, da jih po potrebi zagotovi	0	5	0	100
izdelati načrt evakuacije za osebe s posebnimi potrebami	0	5	0	100
STORITVE				
poskrbeti, da vsak gost ve, kam se obrniti, če potrebuje zdravniško pomoč	5	0	100	0
vodstvo podjetja in zaposlene, ki so v neposrednem stiku z gosti, izobraziti o osnovah dela z osebami s posebnimi potrebami	1	4	20	80
poskrbeti, da lahko gost najame zunanjo strokovno pomoč, kot je osebni negovalec, znakovni tolmač, spremljevalec ipd.	0	5	0	100
osebam z okvaro vida omogočiti bivanje s psom spremljevalcem	2	3	40	60
nuditi posebne storitve za osebe s posebnimi potrebami	2	3	40	60

Tabela 4: Ocenite, kolikšna finančna sredstva ste oz. bi bili pripravljene vložiti v te prilagoditve.

Vložili smo:	15.000 €
Pripravljene bi bili vložiti:	5.000 €

Tabela 5: Zakaj ste prilagodili oz. bi bili pripravljene prilagoditi svojo ponudbo?

	ŽE	BI	ŽE (%)	BI (%)
zaradi naraščajočega povpraševanja po tem tipu turizma	3	2	60	40
zaradi ustvarjanja konkurenčne prednosti	3	2	60	40
zato, ker moramo vsem ljudem omogočiti počitnice	3	2	60	40

Tabela 6: Za prilagoditev turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami je na voljo:

			DA (%)	NE (%)
dovolj informacij	1	6	14,3	85,7
dovolj programov izobraževanja in usposabljanja za zaposlene v turizmu	0	7	0	100
dovolj javnih finančnih in drugih spodbud	0	7	0	100
dovolj strokovne pomoči	0	7	0	100

Tabela 7: Za prilagoditev turistične ponudbe gostom s posebnimi potrebami smo se že poslužili finančnih ali drugih pomoči s strani:

	DA	NE	DA (%)	NE (%)
občine	0	7	0	100
države	0	7	0	100
mednarodnih virov/organizacij	0	7	0	100

Tabela 8: Pri prilagoditvi turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami bi morala OBČINA:

	DA	NE	DA (%)	NE (%)
več investirati v ustrezno prilagojeno lokalno infrastrukturo	7	0	100	0
več investirati v ustrezno prilagojene lokalne turistične privlačnosti	7	0	100	0
nuditi finančno ali drugo podporo	6	1	14,3	85,7

Tabela 9: Pri prilagoditvi turistične ponudbe za goste s posebnimi potrebami bi morala DRŽAVA:

	DA	NE	DA (%)	NE (%)
več investirati v ustrezno prilagojeno javno infrastrukturo	8	0	100	0
turističnim podjetjem sofinancirati prilagoditev turistične ponudbe	8	0	100	0
sofinancirati posebne promocijske materiale tistih ponudnikov, ki imajo ponudbo prilagojeno osebam s posebnimi potrebami	8	0	100	0
zaposlene v turizmu izobraževati o »turizmu za vse« (seminarji, delavnice, spletna stran z nasveti ...)	8	0	100	0