



## SRIP – Obrazec 4 – Akcijski načrt

### Strateško razvojno inovacijsko partnerstvo 2017 - 2022

### Trajnostni turizem - "SRIPT"

**Avtorji:** dr. Maja Uran Maravič, dr. Ljubica Kneževič Cvelbar, Jana Apih, Klavdija Štalcer, dr. Boštjan Brumen ob sodelovanju predstavnikov podjetij, vključenih v SRIP TURIZEM in sodelavcev Turistično gostinske zbornice Slovenije



## Kazalo vsebine

<b>1. OKVIRNA STRATEGIJA RAZVOJA SRIP TRAJNOSTNI TURIZEM .....</b>	<b>5</b>
1.1 UMESTITEV V GLOBALNE TRENDE, VERIGE, TRGE Z OPREDELITVIJO PRIHAJAJOČIH TEHNOLOGIJ...5	
1.1.1 Globalni trendi na področju turizma .....	5
1.1.2 Turizem v Sloveniji .....	7
1.1.3 Opredelitev ključnih razvojnih prioritet v turizmu .....	8
1.2 PRIMERJALNE PREDNOSTI DELEŽNIKOV V SLOVENIJI GLEDE NA KONKURENCO .....	10
1.3 TURISTIČNO GOSPODARSTVO – GLAVNI NOSILCI SRIPT .....	12
1.4 OPREDELITEV CILJEV IN KAZALNIKOV USPEŠNOSTI .....	13
<b>2. PRIORITETNA FOKUSNA PODROČJA .....</b>	<b>14</b>
2.1 KONCEPT OSREDOTOČANJA FOKUSNIH PODROČIJ IN TEHNOLOGIJ TER NJIHOVO POVEZOVANJE IN RAZVOJ SKUPNIH RRI INICATIV ZA TRŽENJE ZAHTEVNEJŠIH, CELOVITIH IN INTEGRIRANIH PROIZVODOV IN STORITEV .....	15
2.1.1 Informacijsko podprto trženje in mreženje .....	15
2.1.2 Znanje za dvig kakovosti storitev .....	17
2.1.3 Tehnološke rešitve za trajnostno rabo virov v nastanitvenih zmogljivostih v povezavi z aktivnostmi na področju pametnih zgradb.....	18
2.1.4 Zelena shema slovenskega turizma .....	19
2.2 KONCEPT POVEZOVANJA IN RAZVOJA SKUPNIH RRI INICATIV ZA TRŽENJE ZAHTEVNEJŠIH, CELOVITIH IN INTEGRIRANIH STORITEV .....	21
2.3 PRISTOP K OSREDOTOČENJU RAZISKOVALNIH KAPACITET IN VZPOSTAVITEV SKUPNIH ZMOGLJIVOSTI.....	21
<b>3. OKVIREN NAČRT AKVITNOSTI NA PODROČJU INTERNACIONALIZACIJE IN MREŽENJA .24</b>	
3.1 OPREDELITEV CILJNIH TRGOV IN NAČINA VSTOPA NA TRGE .....	25
3.2 OPREDELITEV STORITEV POMOČI NASTOPOM NA TUJIH TRGIH.....	26
3.3 OPREDELITEV AKTIVNOSTI ZA SKUPNI NASTOP ČLANOV SRIPT .....	27
<b>4. OKVIREN NAČRT AKTIVNOSTI NA PODROČJU RAZVOJA ČLOVEŠKIH VIROV V NAVEZI IN KOMPLEMENTARNOSTJO AKTIVNOSTI ZA RAZVOJ KOMPETENČNIH CENTROV ZA RAZVOJ KADROV .....</b>	<b>28</b>
4.1 MODEL RAZVOJA SPECIFIČNIH KOMPETENC IN NJIHOVEGA ZAGOTAVLJANJA .....	29
4.2 VZGOJA ZA TURIZEM.....	30
<b>5. OPREDELITVE AKTIVNOSTI NA PODROČJIH RAZVOJA SKUPNIH STORITEV IN SPODBUJANJA PODJETNIŠTVA .....</b>	<b>31</b>
5.1 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA SKOZI AKTIVNOSTI SRIPT .....	31
5.2 RAZVOJ SKUPNIH STORITEV .....	32
5.2.1 Metodologija .....	32
5.2.2 Informacijsko podprto trženje in mreženje z oblikovanjem inovativnih, celovitih in trajnostnih turističnih proizvodov in storitev skladno s prihajajočimi potrebami .....	34
5.2.2.1 Digitalne rešitve v komunikaciji s turisti .....	34
5.2.2.2 Digitalizacija turističnih proizvodov .....	36
5.2.2.3 IKT rešitve za optimizacijo poslovanja podjetij .....	37
5.2.3 Znanje za dvig kakovosti storitev .....	38
5.2.4 Tehnološke rešitve za trajnostno rabo virov v nastanitvenih zmogljivostih v povezavi z aktivnostmi na področju pametnih zgradb.....	41
5.2.5 Zelena shema slovenskega turizma – sistematičen pristop pri povezovanju, usmerjanju in razvoju trajnostnih in celovitih rešitev na destinacijskem in lokalnem nivoju .....	43
5.2.5.1 Upravljanje naravnih vrednot in kulturne dediščine .....	44
5.2.5.2 Razvoj inovativne trajnostne ponudbe in pametno upravljanje .....	44
5.2.5.3 Razvoj zelenih in odgovornih turističnih proizvodov .....	46
5.2.6 Prekrivajoča se področja aktivnosti SRIPT .....	47
<b>6. PRILOGE .....</b>	<b>49</b>



## Kazalo slik

Slika 1: Shema oblikovanja konkurenčnih, inovativnih turističnih proizvodov .....	14
Slika 2: vplivi na kakovost v turizmu.....	17
Slika 3: Metodologija dela .....	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 4: Ključna razvojna področja .....	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 5: Digitalne rešitve v komunikaciji s turisti - razvojne prioritete	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 6: Digitalizacija turističnih proizvodov - razvojne prioritete	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 7: IKT rešitve za optimizacijo poslovanja - razvojne prioritete	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 8: Znanje za dvig kakovosti - področja .....	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 9: Shema Klinike za turistične storitve .....	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Slika 10: Ključni procesi razvoja trajnostnega turizma.....	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>

## Kazalo tabel

Tabela 1: Podjetja podporniki/člani ali strateški partnerji SRIPT.....	12
Tabela 2: Udeležba v okviru prvega sklopa delavnic, 20.03.2017	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>
Tabela 3: Udeležba v okviru drugega sklopa delavnic 29.03.2017	<b>Napaka! Zaznamek ni definiran.</b>



Akcijski načrt je sestavljen iz petih poglavij. V prvem poglavju bomo predstavili pomen Strateškega razvojno inovacijskega partnerstva za področje “Trajnostni turizem” (v nadaljevanju: SRIPT), globalnih trendih na področju turizma ter o stanju slovenskega turizma danes in v prihodnje. Drugo poglavje je namenjeno predstavitvi prioriternih fokusnih področij. V tem delu predstavljamo izhodišča in cilje za vsakega od štirih področij v sklopu področja Strategije pametne specializacije Trajnostni turizem. Tretje in četrto poglavje je namenjeno področjema internacionalizacije in mreženja ter povezavi s kompetenčnim centrom na področju turizma. Peto poglavje je osrednje poglavje akcijskega načrta. Tu bomo predstavili metodologijo za identifikacijo in oblikovanje vsebin na štirih prioriternih fokusnih področjih SRIPT-a. Rezultat dela bodo identificirana področja, ki jih člani SRIPT-a vidijo kot prioriteta in tista, ki bodo omogočila razvojni preboj v prihodnje. Oblikovala se bo razvojna platforma za razvoj turističnih proizvodov in kadrov.

**Vsebine v tem dokumentu so avtorska dela avtorjev tega dokumenta in so zaščitene skladno z zakonom, ki ureja avtorske in sorodne pravice.**



## 1. OKVIRNA STRATEGIJA RAZVOJA SRIP TRAJNOSTNI TURIZEM

Strateško razvojno inovacijsko partnerstvo za turizem je namenjeno krepitevi razvojno inovacijskih in raziskovalnih odnosov deležnikov s področja turističnega gospodarstva, državnih in drugih negospodarskih institucij ter raziskovalne in izobraževalne dejavnosti. Partnerji sklepamo razvojno inovacijsko partnerstvo, z namenom razvoja konkurenčnih, okolju in družbi prijaznih, tehnološko podprtih proizvodov v turizmu ter usposabljanju kakovostnega kadra na področju turizma.

Naš cilj je sistematično povezovanje v posamezne verige vrednosti, horizontalne mreže vrednosti in samostojne inovacijske grozde ter sodelovanje z drugimi strateško razvojno inovacijskimi partnerstvi. Strateško partnerstvo sklepamo tudi z namenom, da postanemo močan, aktiven in razvojno naravnani sogovornik državi za področje turizma in se vključujemo v mednarodne verige vrednosti.

S SRIPT-om bomo:

- prispevali k trajnostnemu razvoju Slovenije, vključno z zdravjem in družbeno blaginjo,
- povezali turistične ponudnike z namenom oblikovanja skupnih inovativnih in globalno konkurenčnih produktov na področju turizma,
- izboljšali znanja in kompetence zaposlenih na področju turizma,
- doprinesli boljši valorizaciji primarne turistične ponudbe,
- upoštevali pričakovanja vseh interesnih skupin in njihovih deležnikov,
- delovali v skladu z veljavno zakonodajo in mednarodnimi normami delovanja,
- se integrirali v novo nastala partnerstva SRIP (npr. SRIP hrana, SRIP materiali idr..).

Ves čas bomo sodelovali in pripravljali strokovne razvojne podlage, s katerimi želimo kreirati razvojno politiko v skladu z nacionalnimi in mednarodnimi razvojnimi smernicami ter potrebami turističnega gospodarstva, vključujoč prav vse partnersko povezane gospodarske subjekte, predstavnike negospodarskih družb in izobraževalno raziskovalnih organizacij.

Kakovost, transparentnost in učinkovitost upravljanja z deležniki bo zagotavljalo pridobivanje novih porabnikov storitev, izboljšanje ugleda partnerskih organizacij in konkurenčnih prednosti, pri čemer bo temelj strategije na družbi in okolju prijaznem poslovanju.

### 1.1 UMEŠTITEV V GLOBALNE TRENDE, VERIGE, TRGE Z OPREDELITVIJO PRIHAJAJOČIH TEHNOLOGIJ

#### 1.1.1 Globalni trendi na področju turizma

Turizem je četrta največja gospodarska dejavnost na svetu in ima izjemne stopnje rasti. Po napovedih UNWTO bo število turistov do leta 2030 naraslo na 1,8 milijard s trenutnih 1,1 milijarde, kar globalno pomeni 700 milijonov novih turističnih prihodov v naslednjih 15 letih. Zaradi navedenega turizem, postaja pomembna gospodarska dejavnost razvitih držav in držav v razvoju. Žal turizem ne prinaša samo koristi globalni ekonomiji, ampak tudi stroške. Po



podatkih UNWTO in UNEP (2009) je turizem peti največji onesnaževalec na svetu, ki je odgovoren za 5% svetovnih emisij CO<sub>2</sub>, če upoštevamo še toplogredne pline, se ta številka povzpne na 14 %. Turizem ima lahko negativne vplive na izgubo ali slabšanje stanja naravnih habitatov, zlasti zaradi turističnih posegov v prostor in drugih turističnih aktivnosti. Zato so se predstavniki turističnega gospodarstva na globalni ravni leta 2009 v Kopenhagen-u zavezali, da bodo zmanjšal CO<sub>2</sub> emisije iz naslova turizma za 50 % do leta 2030. To je tudi zaveza Evropske komisije iz leta 2013. Danes je razvoj turizma, ki ne temelji na načelih trajnosti, nesprejemljiv.

Kot najbolj pomembnih 10 globalnih trendov, ki bodo so-oblikovali razvoj turizma lahko navedemo:

1. Turizem je ena izmed najbolj rastočih gospodarskih panog, ki beleži rekordno rast z vzponom novih destinacij. Evropa še vedno ohranja svoj prednostni položaj kot najbolj obiskana turistična destinacija. Dogaja pa se izjemno hitra rast določenih destinacij znotraj Evrope kot so Islandija, Andora, Slovenija, Portugalska.
2. Novi, hitro rastoči segmenti potrošnikov pridobivajo na veljavi in preoblikujejo načine potovanja in doživljanja destinacij. Predvsem gre za krepitev srednjega razreda, ki bo zahteval "vrednost za denar" in iskal turistično ponudbo, ki je usmerjena na vrednost.
3. Na pomenu bodo še naprej dobivale letalske povezave, saj se več kot polovica vseh potovanj opravi z zračnim prometom. Direktne povezave bodo v prihodnje vplivale na konkurenčnost turističnih destinacij.
4. Zdravje in dobro počutje bosta postala izjemno pomembna pri nakupnih odločitvah turistov. Povpraševanje turističnih produktov, ki temelji na zdravju in zdravem življenjskemu slogu, bo raslo v prihodnje.
5. Počitnice in preživljanje prostega časa bosta tudi v prihodnje najbolj pomemben motiv za potovanja. Rastel bo pomen krajših oddihov in mestnega turizma.
6. Pametni turizem - Tehnološka revolucija vse hitreje in neustavljivo spreminja načine delovanja in poslovanja hotelov ter ostalih deležnikov v turistični dejavnosti. V prihodnje se pričakuje nadaljnji vstop velikih podjetij s področja IKT (informacijsko, komunikacijske tehnologije) na področju turizma.
7. Delitvena ekonomija (angl. sharing economy) in oblikovanje novih in sodobnih storitev na področju turizma. Leta 2013 je delitvena ekonomija predstavljala 6 % vseh prihodkov v nastanitvenem sektorju in pričakovati je, da bo do leta 2025 ustvarila že polovico skupnih prihodkov. Slednje bo v veliki meri spremenilo turizem in njegove pojave in oblike.
8. Trajnostno načrtovanje in upravljanje turizma je postalo glavni cilj in standard turistične dejavnosti na ravni destinacij, kot tudi na ravni posameznih podjetij.
9. Razvoj novih turističnih trgov predvsem Kitajske, Indije, Srednjega Vzhoda, Rusije in Brazilije, ki bodo v prihodnje značilno vplivali na razvoj turističnega povpraševanja in posledično tudi ponudbe.
10. Zagotavljanje varnosti ponudnikov in destinacij, posebej v luči terorističnih napadov predstavljajo grožnjo za rast turizma, tudi v luči novih napovedi EU o bolj ostrem nadzoru na meji.



### 1.1.2 Turizem v Sloveniji

Turizem predstavlja eno izmed ključnih gospodarskih panog v Sloveniji z izjemnim potencialom gospodarske rasti, ustvarjanja delovnih mest ter zagotavljanja uravnoveženega regionalnega razvoja, promocije države v svetu in izboljševanja kakovosti življenja za lokalne prebivalce. Slovenija v letih 2015 in 2016 (pa tudi v letu 2017) beleži izjemne rezultate na področju turizma. Dobivamo tudi priznanja mednarodne javnosti za prizadevanja in smernice razvoja na področju turizma. Mednarodna priznanja se zrcalijo predvsem v številnih mednarodnih nagradah, ki jih slovenski turizem dobiva zadnje dve leti. Trenutno stanje na področju razvoja turizma v Sloveniji povzemamo v naslednjih dejstvih:

- v letu 2015 je obseg turizma v Sloveniji dosegel svoj rekord – 10,3 milijona ustvarjenih nočitev in 3,9 milijona ustvarjenih obiskov. Prav tako je bilo rekordno leto 2016. Od leta 2010 se je število obiskov povečevalo hitreje kot število nočitev, kar je pomaknilo povprečno trajanje bivanja navzdol s 3 dni v 2010 na 2,6 dni v letu 2015.
- Po podatkih Banke Slovenije je bila vrednost iz naslova izvoza potovanj v letu 2016 2,35 milijarde evrov. Stopnje rasti izvoženih potovanj v Sloveniji so še zmeraj značilno nižje kot stopnje rasti fizičnih kazalnikov – števila nočitev in števila turistov, kar jasno kaže na potrebo po dvigu dodane vrednosti turističnih proizvodov v Sloveniji.
- V letu 2015 je delež izvoženih potovanj v celotnem izvozu storitev 37,6 % (v letu 2010 pa 42,4 %) – kar predstavlja najvišji delež vseh storitev in kaže na velik pomen turizma za slovensko gospodarstvo.
- Dodano vrednost v turizmu bo težko dvigniti brez dviga vrednosti naložb v ta sektor in zagona novega naložbenega cikla. Med ključne negativne mikroekonomske značilnosti v sektorju Gostinstvo spada relativno visoka vrednost naložb v osnovna sredstva oz. bruto investicije v dejavnosti v letih 2004– 2009 (obdobje sofinanciranja naložb v turistično infrastrukturo iz naslova regionalnih razvojnih skladov EU) in strmo padanje bruto naložb od leta 2009 naprej. Le-te po letu 2011 dosejajo že zaskrbljivo nizke ravni in so ključni razlog za upadanje infrastrukturne in tehnične konkurenčnosti slovenskega turizma, ki se bo, če se trend ne spremeni, nadaljeval v prihodnje.
- Število vseh zaposlenih v celotni dejavnosti turizma v zadnjih petih letih upada. V letu 2014 znaša 35.660 zaposlenih, od tega 9.012 v nastanitvenem sektorju in 10.361 v sektorju strežbe hrane in pijač.
- Poleg upada števila zaposlenih je zaznati tudi trend upadanja vlaganja v znanje zaposlenih in posledično v kakovost turističnih storitev. Oboje je ključnega pomena za dvig dodane vrednosti v turizmu.
- Povprečna neto mesečna plača v Sloveniji je v letu 2015 znašala 1.006 €. Povprečna neto mesečna plača v dejavnosti gostinstva je občutno nižja in znaša 727 €.
- Skupna ponudba nastanitve v Sloveniji v letu 2015 znaša 116 tisoč stalnih ležišč in skupno 127 tisoč ležišč vseh oblik nastanitve. V primerjavi z letom 2010 se je število vseh ležišč povečalo za 7,5 %, kar je bilo večinoma povzročeno s povečanjem kampiranja (+13 %), ostalih oblik nastanitve (+9 %), medtem ko so hotelske in podobne



oblike nastanitev zabeležile rekordno šibko rast za 3 % v 5-letnem obdobju. Številno stalnih ležišč na prebivalca znaša 0,06, število stalnih ležišč na km<sup>2</sup> znaša 6,26.

- V hotelskem in igralniškem sektorju (I.55.100 in R.92.001) ima javni sektor v lasti 31,9 % celotnega kapitala oziroma 26,7 % celotnega kapitala od celotnega hotelskega in igralniškega sektorja. Če se osredotočimo na področje hotelirstva in igralništva, kjer je delež lastništva javnega sektorja višji od 3 % celotnega lastništva, je 48,68 % celotnega kapitala podjetij v lastništvu javnega sektorja.
- V letu 2015 je povprečna dosežena cena na prodano sobo (ARR) na višini 68,98 evrov, kar je nižje kot v letu 2010, ko je ista bila 74,4 evrov.
- V letu 2015 je najvišji delež nočitev zabeležen v zdraviliških občinah (29 %), sledijo jim gorske občine (25 %) ter obmorske občine (21 %). Hoteli v Ljubljani so ustvarili 12 % vseh nočitev, medtem ko so hoteli v mestnih in ostalih občinah zabeležili 14 % vseh nočitev.
- Slovenski turizem je geografsko koncentriran - 5 najbolj obiskanih destinacij doseže približno 43 % vseh nočitev, če prištejemo naslednjih 5, pa dosežejo skupaj 60 % vseh nočitev v Sloveniji.
- Slovenski turizem je sezonsko koncentriran - sezonskost predstavlja problem na celotni ravni turističnega sektorja. Najvišja je v juliju in avgustu, a z rahlim vzvodom v hotelskem sektorju. V obdobju od 2010 do 2015 je bilo v povprečju 33 % vseh nočitev ustvarjenih v juliju in avgustu.
- Najbolj pomembni tuji trgi za slovenski turizem so Italija (11,9%), Avstrija (11,7 %), Nemčija (11,5 %), Hrvaška (4,8 %) in Nizozemska (4,6 %) - skupaj ustvarijo 48,5 % vseh nočitev med tujimi gosti.
- Povprečni dnevni izdatek tujega turista v Sloveniji je v letu 2015 znašal 118 €. Polovica je bila namenjena nastanitvi, od ostalih izdatkov pa so največ porabili za hrano v lokalih (14 %) in razne druge nakupe, ki niso vključevali hrane (9 %).
- Pomembni obiskovalci, ki tudi ustvarjajo turistično potrošnjo, so enodnevni obiskovalci (ki jih tvorijo izletniki in tranzitni gosti). Uradna statistika jih ne beleži, analize oziroma ocene pa se sistematično tudi ne pripravljajo na lokalni ravni. Na voljo je zgolj podatek SURS o povprečni dnevni porabi tujega tranzitnega potnika v poletnih mesecih, ki znaša 13 €. Letno pa Slovenijo prevozi približno 20 milijonov tujih tranzitnih potnikov.
- Prizadevanja slovenskega turizma k trajnostnem razvoju turizma so se pokazala kot pravilna in uspešna - saj za proces "zelenjenja" slovenskega turizma dobivamo številna mednarodna priznanja in je to pot razvoja potrebno nadaljevati v prihodnje.

### 1.1.3 Opredelitev ključnih razvojnih prioritet v turizmu

Na podlagi globalnih trendov, pokazateljev rasti slovenskega turizma ter konkurenčnih prednosti lahko ocenimo, da slovenski turizem in deležniki, ki delujejo na področju turizma, lahko gradijo konkurenčne zgodbe, ki temeljijo na naravnih danostih z upoštevanjem okoljske in družbene trajnosti, upoštevajoč tudi kulture kot enega izmed motivacijskih dejavnikov za turistični obisk. Potrebno pa se je zavedati, da so posamezna slovenska podjetja, ne glede na velikost, še zmeraj majhna na globalni ravni. Zato je osnovno vodilo SRIPT-a določitev vsebin,





ki jih posamezno podjetje samostojno ni zmožno izvesti ali financirati. Skupaj pa turistična podjetja lahko oblikujejo uspešne in globalno prepoznavne proizvode. Naš namen je torej identificirati področja, v katera je potrebno vlagati v prihodnje, s ciljem oblikovanja turističnih proizvodov z visoko dodano vrednostjo.

**Ključna razvojna prioriteta slovenskega turizma je oblikovanje butičnih trajnostno naravnanih turističnih proizvodov, ki bodo Slovenijo pozicionirali na globalnih trgih kot zeleno, aktivno in zdravo turistično destinacijo.** Poudarek bo na razvoju celostnih proizvodov in storitev, ki vodijo k butičnim doživetjem ob vključevanju in upoštevanju ohranjanja narave ter naravnih in kulturnih danosti. To bo doseženo s sistematičnim razvojem ciljno usmerjenih, specializiranih, inovativnih turističnih proizvodov in storitev, na nacionalni, destinacijski in lokalni ravni, ki so prilagojene posameznikovim potrebam in željam (Strategija pametne specializacije, 2015).

Skladno s tem se bomo opirali na **prioritetna fokusna področja** *Strategije pametne specializacije (2015)*, ki so opredeljena kot:

1. **Informacijsko podprto trženje in mreženje** z oblikovanjem inovativnih, celovitih in trajnostnih turističnih proizvodov in storitev skladno s prihajajočimi potrebami.
2. **Znanje za dvig kakovosti storitev** – storitveno oblikovanje, inovativno upravljanje, procesne inovacije, znamčenje osnovnih (gostinstvo) in tematskih turističnih proizvodov ob upoštevanju mednarodno uveljavljenih blagovnih znamk ter usposabljanje.
3. **Tehnološke rešitve za trajnostno rabo virov v nastanitvenih zmogljivostih** – v povezavi z aktivnostmi na področju pametnih zgradb.
4. **Zelena shema slovenskega turizem** – sistematični pristop pri povezovanju, usmerjanju in razvoju trajnostnih in celovitih rešitev na destinacijskem in podjetniškem nivoju.

**Z organizacijskega vidika bomo zastavljene cilje dosegli s povezavo deležnikov turističnega gospodarstva in s povezavami z drugimi sektorji in sicer:**

1. nosilnih turističnih podjetij med seboj,
2. turističnih nosilcev na posameznih območjih s preostalimi deležniki (deležniki iz drugih sektorjev, deležniki s področja raziskovanja in izobraževanja, z manjšimi ponudniki, turističnimi organizacijami, organizacijami lokalnih skupnosti, nevladnimi organizacijami in podobno) ter
3. s spodbuditvijo inovativnih, povezovalnih proizvodov po logiki od spodaj navzgor, kar bo podprto s strateškim partnerstvom, mednarodnim povezovanjem, urejenim podpornim okoljem in proaktivno razvojno vlogo države in
4. s spodbujanjem sodelovanja z vsemi relevantnimi strokovnimi organizacijami, kot npr. Zavod RS za varstvo narave, Zavod RS za varstvo kulturne dediščine, upravljavci zavarovanih območij (npr. TNP), nacionalnimi in lokalnimi medijskimi hišami in drugimi.



Člani SRIP turizem se bodo aktivno vključevali v mednarodne mreže in sodelovali pri prijavi EU projektov. S SRIPT-om se sklepajo pomembna razvojna partnerstva ključnih deležnikov s področja razvoja trajnostnega turizma, predvsem pa bodo predstavniki gospodarstva ob pomoči razvojno izobraževalnih institucij in drugih negospodarskih institucij lahko razvili skupne storitve in proizvode, s katerimi bomo dosegli zgoraj navedene razvojne cilje.

Partnerstvo bo delovalo po načelu odprtosti, vključenosti in možnosti pridružitve ali izstopa na lastno željo posameznega subjekta. Z razvojem in izvedbo navedenih aktivnosti bomo povečali obseg in dvignili kakovost skupnih storitev, razvijali inovativne turistične proizvode, predvsem s proaktivnim povezovanjem, prepoznavanjem kompetenc in implementiranjem znanja.

## **1.2 PRIMERJALNE PREDNOSTI DELEŽNIKOV V SLOVENIJI GLEDE NA KONKURENCO**

Turistično gostinska zbornica Slovenije bo v vlogi upravitelja in koordinatorja SRIPT-a povezovala in spodbujala delovanje in razvoj deležnikov na nacionalni in mednarodni ravni.

Nastaja močan konzorcij, ki se ne bo povezoval le vertikalno med seboj temveč tudi horizontalno z drugimi SRIPI in institucijami. Delovali bomo po načelu odprtosti, transparentnosti in razvojne naravnosti. Želimo nadaljevati tradicijo dobrega partnerskega sodelovanja z ministri, direktorati in službami vseh področij za oblikovanje razvojnih aktivnosti in vzpostavljanjem boljših pogojev za delovanje dejavnosti turizma v RS z namenom doseganja ambicioznih razvojnih ciljev, ki smo si jih zastavili.

Na tem mestu predstavljamo ključne deležnike, ki v Sloveniji aktivno delujejo na področju razvoja turistične dejavnosti, imajo velik vpliv na trajnostni razvoj turizma in Turistično gostinska zbornica Slovenije z njimi že odlično sodeluje. Ti deležniki so tudi pomembni snovalci politik razvoja te dejavnosti.

Ključni partner v SRIPT je Slovenska turistična organizacija (STO), ki je nacionalna turistična organizacija, zadolžena za promocijo in trženje slovenskega turizma. Obenem je pomemben deležnik pri snovanju razvojnih politik na področju turizma, v povezavi z drugimi subjekti. Med druge subjekte uvrščamo:

- Gospodarsko zbornico Slovenije,
- Obrtno-podjetniško zbornico Slovenije,
- Univerzo v Ljubljani,
- Univerzo v Mariboru,
- višje strokovne šole s področja gostinstva in turizma
- Turistično zvezo Slovenije,
- druge, katere nismo podrobneje navajali na tem mestu, a bodo skozi delovanje SRIPTa sodelovali z nami.



Gospodarska podjetja, ki so zaupala Turistično gostinski zbornici Slovenije prijavo in vodenje strateškega partnerstva in se pridružile SRIPT-u kot ustanovitveni člani so:

- Postojnska jama d.d.,
- Hoteli Bernardin d.d.,
- Kompas d.d.,
- Aleksander Mladovan s.p., Park Lijak,
- E-prvak d.o.o.,
- HIT d.d. Nova Gorica,
- Hit Alpinea d.d.,
- Istrabenz turizem d.d.,
- Castanea d.o.o.,
- Koren Lidija s.p., Kamp Koren Kobarid,
- NAVIS, Valentina Božič s.p.,
- Rossana d.o.o.,
- Sava turizem d.d.,
- Terme Snovik Kamnik d.o.o.,
- Terme Olimia d.d.,
- Turistična agencija Sonček d.o.o..

V nadaljevanju so v tabeli št. 1 navedeni vsi partnerji SRIPT na dan priprave tega dokumenta.



### 1.3 TURISTIČNO GOSPODARSTVO – GLAVNI NOSILCI SRIPT

SRIP je podprlo 33 turističnih podjetij in 12 drugih organizacij (univerze, zbornice, fakultete, zavodi,...), ki predstavljajo glavne nosilce turistične ponudbe v Sloveniji (tabela 1).

<b>Gospodarske družbe:</b>
Hit d.d., Nova Gorica
Sava Turizem d.d.
Hoteli Bernardin d.d.
Istrabenz Turizem d.d.
Hit Alpinea d.d.
Terme Olimia, d.d.
Avrigo d.o.o.
Kompas d.d.
Postojnska jama d.d.
Turistična agencija Sonček d.o.o.
Terme Snovik - Kamnik d.o.o.
Koren Lidija s.p. Kamp Koren Kobarid
NAVIS, Agencija za pospeševanje v hotelirstvu in turizmu, Valentina Božič s.p.
Park Lijak, Aleksander Mladovan s.p.
Rossana d.o.o.
ePrvak, trženjsko svetovanje, d.o.o.
Razvojni center Novo mesto d.o.o.
Mirjana Ivanuša - Bezjak s.p.
Dimitrij Piciga s.p.
mag. Sonja Kreslin s.p.
Kompas Novo mesto d.o.o.
Klara Korenč s.p.
Tour As d.o.o.
Palma d.o.o.
Adriadata d.o.o.
GoodPlace turistična agencija d.o.o.
Mate Matjaž s.p. Tomi
Art rebel 9 d.o.o.
Kupi d.o.o.
CMT potovalna agencija d.o.o.
Kofein dizajn d.o.o.
Vastok d.o.o.
Petrol geoterm d.o.o.
<b>Druge organizacije:</b>
Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije
Gospodarska zbornica Slovenije
Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko
Univerza v Ljubljani
Univerza v Mariboru, Fakulteta za naravoslovje in matematiko
Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem
Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Maribor
Turistična zveza Slovenije
Pohodništvo in kolesarjenje GIZ
Zavod za gradbeništvo
Zavod AI - Akademija za kozmetična izobraževanja
Zavod tovarna trajnostnega turizma

**Tabela 1: Podjetja podporniki/člani ali strateški partnerji SRIPT**



## 1.4 OPREDELITEV CILJEV IN KAZALNIKOV USPEŠNOSTI

Temeljni cilji v SRIPT so vezani na cilje S4 Strategije pametne specializacije področja 2.2.3 Trajnostni turizem, in sicer so zadani naslednji cilji do leta 2023:

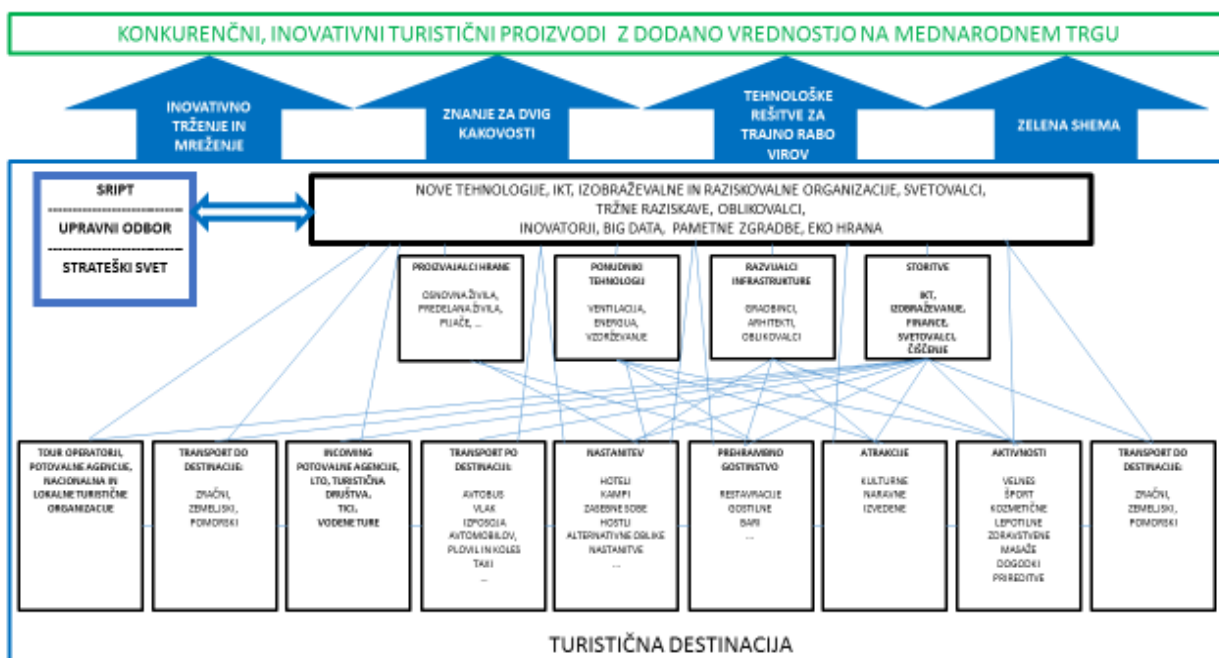
- 1. Dvig dodane vrednosti v turizmu za 15%.**
- 2. Povečanje priliva iz naslova izvoza potovanj za 4-6 % letno.**
- 3. Povečanje energetske učinkovitosti v turističnih objektih za 20%.**

Cilji delovanja SRIPT se bodo uskladili s cilji Strategije Razvoja Turizma v Sloveniji 2017-2021, ko bo ista sprejeta s strani Vlade Republike Slovenije. Upoštevajoč trenutne uradno sprejete politike s strani Vlade Republike Slovenije bo SRIPT deloval v smeri doseganja naslednjih strateških ciljev:

- povečati priliv iz naslova izvoza potovanj skladno s cilji nove strategije razvoja slovenskega turizma;
- začeti naložbeni cikel v turizmu in značilno povečati naložbe domačih in tujih investitorjev, skladno s cilji nove strategije razvoja slovenskega turizma;
- povečati število delovnih mest v turizmu skladno s cilji nove strategije razvoja slovenskega turizma;
- zvišati dodano vrednost v turizmu za 15%;
- povečati energetske učinkovitost v turističnih objektih za 20%;
- pomembno zmanjšati odpadke in izpuste in vplivati na ekološko in varčno poslovanje drugih, na turizem vezanih dejavnosti (npr. promet, prehrana, itd.).
- dvigniti raven znanja in kakovosti v slovenskem turizmu;
- inicirati digitalno transformacijo turizma.

## 2. PRIORITETNA FOKUSNA PODROČJA

Za doseg temeljnega cilja – razvoja oziroma rasti turističnih kazalnikov ter ustvarjanja visoko kakovostnih - zelenih, aktivnih in zdravih doživetij je potrebno delovati na razvoju štirih fokusnih področij, ki temeljijo na boljšem mreženju in sodelovanju med deležniki v turizmu. Kot je prikazano v Sliki 1 tovrstne cilje razvoja visoko-kakovostnih proizvodov je možno doseči v procesu sodelovanja na prioritetenih fokusnih področjih.



Slika 1: Shema oblikovanja konkurenčnih, inovativnih turističnih proizvodov

Na novo se bodo v Sloveniji vzpostavila štiri prioriteta fokusna področja, ki bodo pripomogla h konkurenčnejšemu nastopu na globalnem trgu z zgoraj naštetimi necenovnimi viri:

1. prioriteta fokusno področje **Informacijsko podprto trženje in mreženje** z oblikovanjem inovativnih, celovitih in trajnostnih turističnih proizvodov in storitev skladno s prihajajočimi potrebami. Turistična in gostinska podjetja se bodo v tej verigi vrednosti povezovala s ponudniki IKT storitev ter z izobraževalnimi in raziskovalnimi inštitucijami.

2. prioriteta fokusno področje **Znanje za dvig kakovosti storitev** – pomeni delovanje na naslednjih področjih: storitveno oblikovanje, inovativno upravljanje, procesne inovacije, znamčenje osnovnih (gostinstvo) in tematskih turističnih proizvodov ob upoštevanju mednarodno uveljavljenih znamk ter usposabljanje. Tu se bodo turistična podjetja in gostinska podjetja povezovala z izobraževalnimi in raziskovalnimi inštitucijami, ponudniki trženjskih raziskav, arhitekti, oblikovalci prostora, oblikovalci storitev ponudniki IKT rešitev, trženjskimi agencijami in podobno.



3. prioriteto fokusno področje **Tehnološke rešitve za trajnostno rabo virov v nastanitvenih zmogljivostih** – v povezavi z aktivnostmi na področju pametnih zgradb. V sklopu tega področja se bodo turistična podjetja povezovala s ponudniki proizvodov in storitev, ki omogočajo trajno rabo virov v širšem smislu in raziskovalnimi inštitucijami. Vključeni bodo tudi arhitekti in snovalci pametnih in trajnostno naravnanih gradenj, snovalci rešitev mobilnosti, deležniki na področju varnosti in drugi ponudniki proizvodov in storitev, ki omogočajo trajnostni in družbeno odgovorni razvoj sektorja turizem.

4. prioriteto fokusno področje **Zelena shema slovenskega turizma** – sistematični pristop pri povezovanju, usmerjanju in razvoju trajnostnega turizma. Na tem področju se bodo turistična in gostinska podjetja povezovala s svetovalci, nosilci certifikacijskih shem, raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami, ponudniki trženjskih raziskav, trženjskimi agencijami, z dobavitelji lokalnih in ekoloških živil, z razvijalci in nosilci avtentičnih zelenih turističnih doživetij z namenom, da se v turistično-gostinskih obratih uvedejo procesi trajnostnega poslovanja in povezovanja, s čimer se izboljšuje stanje trajnosti ter povečuje povpraševanje, posledično ponudba in samozadostnost.

V nadaljevanju predstavljamo prioriteta fokusna področja in druga smiselno povezana posamična področja podrobneje, glede na koncept osredotočenja fokusnih področij in tehnologij, ter na koncept povezovanja in razvoja skupnih RRI iniciativ in razpoložljive raziskovalne enote. Sodelovanje raziskovalnih enot na področju turizma se predvideva v obliki integracije raziskovalnih zmogljivosti v učinkovito in kakovostno ponudbo storitev, ob sodelovanju gospodarskih subjektov.

## **2.1 KONCEPT OSREDOTOČANJA FOKUSNIH PODROČIJ IN TEHNOLOGIJ TER NJIHOVO POVEZOVANJE IN RAZVOJ SKUPNIH RRI INICIATIV ZA TRŽENJE ZAHTEVNEJŠIH, CELOVITIH IN INTEGRIRANIH PROIZVODOV IN STORITEV**

Kot že uvodoma povzemamo po S4, je ključna razvojna prioriteta slovenskega turizma oblikovanje konkurenčnega, trajnostno naravnane turističnega proizvoda, ki bo Slovenijo pozicioniral na globalnih trgih in ob tem poudarjal razvoj celostnih storitev, ki vodijo k vrhunskemu doživetju ob vključevanju in upoštevanju ohranjanja narave ter naravnih in kulturnih danosti. Zaradi tega je pomembno osredotočenje vseh deležnikov v partnerstvu na ključna fokusna področja (ob uporabi in razvoju novih tehnologij), kot opisujemo v nadaljevanju.

### **2.1.1 Informacijsko podprto trženje in mreženje**

Tehnološka revolucija je ustvarila novo obdobje, v katerem potniki uporabljajo vse več tehnoloških naprav v svojem vsakdanu. Ključni mejniki razvoja tehnologije, ki so in bodo značilno spreminjali turizem so razvoj: interneta (predvsem interneta stvari, IoT), pametnih



telefonov, kolaborativnih družbenih omrežij, delitvena ekonomija in prihajajoča robotizacija gospodarstva.

Že danes več kot 87 % posameznikov na potovanjih uporablja pametne telefone, kar pomeni, da nastajajo novi standardi interakcije s potrošniki pred, med in po potovanju, ki zajemajo znižanje cen storitev mobilnega gostovanja, razpršitev digitalnih kanalov ter spoznavanje in prilagajanje v realnem času. Kombinacija mobilnih naprav, tehnologije za analizo velikih količin podatkov in umetne inteligence bo prevetrila uporabniško izkušnjo. Trgovina na drobno bo še bolj prežela življenja ljudi, saj bodo mobilni virtualni asistenti izpostavljali najbližje restavracije in trgovine in vodili nakupe ljudi glede na njihove lastne preference, nakupovalne navade in počutje v določenih delih dneva. Spletni roboti bodo z družbenimi mediji analizirali pogovore znotraj družbene mreže posameznika in predlagali lokacije, vredne obiska in produkte, vredne nakupa. Virtualna in nadgrajena resničnost bo inspirirala ljudi, da bodo obiskovali nove lokacije in si že od doma ogledali ključne točke, ki jih bodo podrobneje pogledali ob obisku samem.

Poleg navedenega je tudi fenomen delitvene ekonomije v porastu. Leta 2013 je delitvena ekonomija predstavljala 6 % vseh prihodkov v nastanitvenem sektorju in pričakovati je, da bo do leta 2025 ustvarila že polovico skupnih prihodkov. Medtem ko je delitvena ekonomija zanimiva za turiste, pa je (in bo postala še večji) izziv za destinacije, saj spreminja načine poslovanja v turizmu. Destinacije bodo morale sprejeti in vpeljati nove zakone, ki bodo uredili poslovanje na trgu, ter sodelovati z vplivneži s področja delitvene ekonomije, v kolikor bodo želele ustvariti sinergijo in enotno celostno podobo destinacije v očeh turistov. Nenazadnje se bo tudi turizem spopadel z prihajajočo robotizacijo gospodarstva, ki predvideva še večjo raven avtomatizacije procesov. Slednje lahko spet iz korenin spremeni načine poslovanje turističnih podjetij in obnašanja turistov.

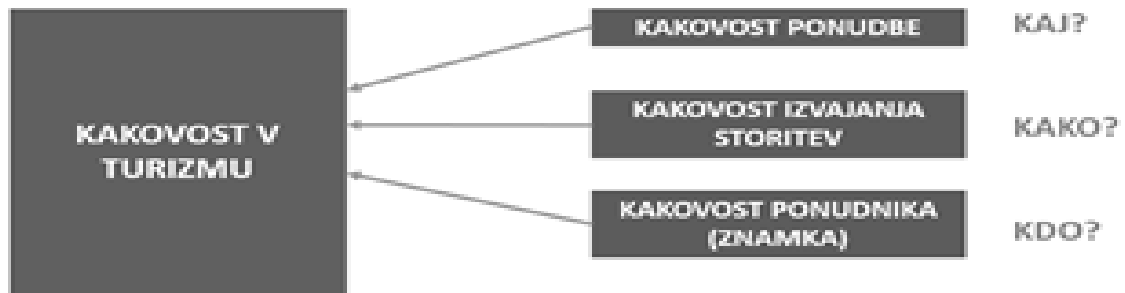
Če povzamemo: trendi v turizmu, upoštevajoč tehnologije, so naslednji:

- splet je in bo ostal največji komunikacijski, distribucijski in trženjski kanal v turizmu;
- s pomočjo velike količine podatkov in napredne analitike bo možna prilagoditev in individualizacija turistične izkušnje, ki bo vodila v trženje ena na ena (angl. One to one marketing);
- vseprisotna uporaba mobilnih tehnologij pred, v času in po bivanju;
- povečanje pomena kolaborativnih družbenih omrežij, ki bodo oziroma že opravljajo določene funkcije, ki so jih v preteklosti opravljale inštitucije;
- delitvena ekonomija je v porastu in bo predstavljala veliki izziv predvsem za turistične ponudnike in države;
- uporaba virtualne resničnosti ter virtualnih pomočnikov za interakcijo z uporabniki z namenom popestritve turističnih proizvodov;
- uporaba konceptov in rešitev Interneta stvari (internet of things) tudi v turizmu ter
- robotizacija in vključevanje avtomatiziranih rešitev v proces izvajanja storitve.



### 2.1.2 Znanje za dvig kakovosti storitev

Kakovost lahko dvignemo na tri načine: z investicijami v ponudbo (v otipljive elemente npr. soba, bazen, opremljenost, ...), z izboljšavami načina izvajanja storitev in z dvigom ugleda turističnega ponudnika skozi razvoj in učvrstitev njegove blagovne znamke. To prioritarno področje se fokusira na pridobivanje in združevanje znanj vseh deležnikov za dvig kakovosti na vseh treh področjih.



Slika 2: vplivi na kakovost v turizmu

Dvig kakovosti storitev lahko zagotovimo le ob razvojni naravnosti, odprtosti in nenehnem vlaganju v ponudbo, človeške vire in znamke. Aktivnosti partnerstva SRIPT bodo usmerjene v dvig usposobljenosti obstoječih kadrov, višanje kakovosti proizvodov in storitev, dvig konkurenčnosti, boljše znamčenje, izboljšanje organizacije dela, organizacijske klime in kulture ter strokovnosti. Posebna pozornost bo posvečena trajnostnemu razvoju, razvojni naravnosti, prepoznavnosti partnerjev na domačih in tujih trgih. Zelo pomembno je zaznavanje priložnosti, usmerjenost v partnersko povezovanje, prenos dobrih praks, sposobnost sprejemanja različnih ukrepov, prilagoditev, optimizacija delovanja, specializacije, minimiziranje tveganj, snovanje nove podobe, doseganje jasno zastavljenih ciljev. Potrebno je **povečati sodelovanje med raziskovalno - izobraževalnimi inštitucijami in turističnim gospodarstvom.**

**Blagovna znamka** turistu zagotavlja kakovost ter mu olajša prepoznavanje turistične storitve od ostalih storitev. V splošnem lahko rečemo, da blagovne znamke turistom zmanjšujejo občutek tveganja ob nakupu in rezervaciji turističnih storitev (Konečnik, 2007, str. 112). V Sloveniji moramo zagotoviti večjo prisotnost tujih kakor tudi razviti domače blagovne znamke.

Skladno s prakso mednarodnih turističnih podjetij, se izvajanje kakovostnih storitev zagotavlja s pomočjo **internih sistemov kakovosti storitev**. Žal tudi te prakse niso v celoti razvite v Sloveniji. Vsaka turistična znamka ima razvite temeljne standarde ponudbe, da gost ve točno, kaj dobi pri nakupu določene storitve. Poleg znamk so razviti standardni delovni postopki, ki so podlaga tako za usposabljanja, kakor tudi za spremljanje uspešnosti opravljenega dela. Na



tak način mednarodna turistična podjetja zmanjšujejo negotovost, ki jo povzroča temeljna značilnost storitev - neotipljivost in delujejo proaktivno za zagotavljanje zadovoljstva gostov.

Področje, kjer se tudi kaže veliko pomanjkanje pri dosedanjem razvoju je področje oblikovanja ponudbe glede na želje in pričakovanja gosta. Skladno s konceptom kakovosti storitev je edino merilo, ali je storitev bila kakovostna, gost. Turistična podjetja premalo raziskujejo želje in pričakovanja gostov, premalo je njihova ponudba orientirana na gosta in oblikovana skladno z njegovimi potrebami. Z namenom, da se ta razkorak zmanjša, je potrebno več pozornosti posvetiti **oblikovanju storitev** (angl. service design) in stalnim izboljšavam storitev skozi **inoviranje** v različnih razvojnih laboratorijih. Razvojni laboratoriji so lahko centri znanja, kjer se storitve izboljšujejo predvsem z večjim vključevanjem avtentičnih slovenskih elementov ponudbe.

Na področju **razvoja kadrov** je potrebno vzpostaviti dodatne aktivnosti, s katerimi bo omogočeno spremljanje ter implementiranje procesa razvoja kadrov, s čimer bomo dosegli večjo motivacijo zaposlenih in posledično izboljšali tudi kakovost storitev. Cilj je vzpostaviti sistem razvoja kadrov, s pomočjo katerega bo omogočeno načrtovanje razvoja zaposlenih ter dolgoročno kadrovske planiranje glede na specifično posameznih delovnih procesov. Vseživljenjsko učenje na področju turizma mora vsebovati oblikovanje kreditno ovrednotenih izobraževalnih modulov za potrebe turističnega gospodarstva, s poudarkom na on-site izobraževanju in sistemu priznavanja neformalno pridobljenih znanj.

### **2.1.3 Tehnološke rešitve za trajnostno rabo virov v nastanitvenih zmogljivostih v povezavi z aktivnostmi na področju pametnih zgradb**

Trajnostna raba virov ima dvojni učinek. Po eni strani zmanjšuje negativne vplive turistične dejavnosti na okolje, hkrati pa ima pozitivne učinke na poslovne rezultate podjetij, s čimer prispeva k višji dodani vrednosti v sektorju.

Tehnološke rešitve, skupaj z rešitvami na področju informacijsko-komunikacijskih tehnologij, lahko bistveno pripomorejo k učinkovitejši rabi virov. K virom v ožjem smislu prištevamo pitno vodo in energente (električna energija, fosilna goriva). V širšem smislu viri predstavljajo tudi toplotno energijo in energijo za hlajenje, odpadke (sekundarni viri), pa tudi človeške vire in neotipljive dobrine, kot so varnost, zasebnost in dostopnost.

Pri prizadevanju za učinkovitejšo rabo virov v turističnem sektorju je ključnega pomena koncept krožnega gospodarstva. Po tem konceptu se nič ne zavrže - niti materialnih dobrin, niti energije, prav tako pa se bolje izkoristi obstoječi človeški potencial. Ponovna uporaba in recikliranje odpadkov, predvsem pa preprečevanje nastanka odpadkov, zmanjšuje potrebe po virih in zmanjšuje negativne vplive na okolje. V tem segmentu se to prioritarno fokusno področje povezuje s SRIP-om "mreže za prehod v krožno gospodarstvo".



Upravljanje z vodami na trajnostni način predstavlja številne priložnosti, ker so na tem področju možni povezovalni učinki področja trajnostnega upravljanja z vodo in turizmom; slednje podpira tudi Evropska unija preko svojih finančnih mehanizmov.

Uvedba tehnoloških rešitev za trajnostno rabo virov v turističnem sektorju omogoča tudi oblikovanje zelenih delovnih mest ob hkratnem izboljševanju socialne enakosti in možnosti.

Tehnološke rešitve in nanje vezane storitve, ki bodo nastale v okviru SRIP-a “pametne zgradbe in dom z lesno verigo”, bodo neposredno uporabljive v celotnem turističnem sektorju.

Zagotavljanje dostopnosti turističnih ponudnikov, destinacij, regij in države skozi tehnološke rešitve se neposredno povezuje s SRIP-om “mobilnost”.

Prioritetno fokusno področje tehnoloških rešitev za trajnostno rabo virov v nastanitvenih zmogljivostih se znotraj SRIP-a “trajnostni turizem” horizontalno povezuje z zeleno shemo slovenskega turizma na način, da se bodo destinacije in ponudniki lažje vključili v zelene sheme in pridobivali certifikate, hkrati pa bodo nove tehnologije omogočale inovativne zelene proizvode. Povezava s fokusnim področjem IKT bo vzpostavljena skozi integracijo procesov, naprav in aplikacij za upravljanje trajnostne rabe virov.

Proces trajnostne rabe virov je tesno prepleten tudi s procesom uvajanja kakovosti in odličnosti v turistični sektor in dvigom nivoja znanja pri turističnih ponudnikih.

Hkrati je ob uvajanju tehnoloških rešitev smiselno implementirati varnostne rešitve tako na nivoju posameznega ponudnika kot tudi na nivoju destinacije, regije in države, s čimer se to fokusno področje prepleta s fokusnim področjem varnosti v okviru SRIP-a “pametna mesta in skupnosti”.

Ključni cilj na tem področju je celovito in trajnostno upravljanje z viri v turističnem sektorju, kot to opredeljujejo strateški državni dokumenti.

#### **2.1.4 Zelena shema slovenskega turizma**

Slovenija se je v zadnjih petih letih jasno zavezala k trajnostnemu razvoju turizma kot temeljni razvojni paradigmi – s tem je trajnostni razvoj prepoznala kot razvojno usmeritev celotnega slovenskega turizma in vzpostavila institucionalni okvir, ki podpira prizadevanja pristojnih organov za sprejemanje razvojnih ukrepov v to smer. Ta koncept razvoja so kot pravega prepoznala številna podjetja oziroma turistični ponudniki, destinacije in regije, vendar pa je analiza stanja na različnih ravneh trajnostnega razvoja v turizmu, opravljena leta 2014 (*opravljena v okviru projekta oblikovanja Zelene sheme slovenskega turizma*), pokazala da je konkretne trajnostne ponudbe v Sloveniji premalo ter, da manjka sistem, ki bi na nacionalni ravni povezal prizadevanja, jih pospešil in deležnikom v procesu nudil orodja in podporo.

Zato je Slovenska turistična organizacija v letu 2015 vzpostavila Zeleno shemo slovenskega turizma, ki predstavlja praktično in učinkovito orodje za uvajanje in pospešitev uvajanja trajnostnih poslovnih modelov v slovenski turizem ter obenem osnovo za trženje zelene ponudbe. Pri tem trajnosti turizem razume kot razvojni model turizma, ki minimizira negativne vplive turizma na okolje in maksimizira njegovo prilagoditev podnebnim spremembam ter



ustvarja vrsto poslovnih priložnosti za lokalno prebivalstvo. Poleg okoljskega vidika pa zelena shema vključuje tudi družbene, gospodarske in kulturne vidike ter kakovost, zdravje in varnost. **Strateški cilj Zelene sheme slovenskega turizma je hitrejše uvajanje trajnostnih modelov v slovenski turizem, tako na ravni turističnih ponudnikov kot destinacij.**

#### **Specifični cilji Zelene sheme slovenskega turizma pa so:**

- uvajanje trajnostnih poslovnih modelov na ravni posameznih najmanjših enot lokalne samouprave (občin), v skladu z načinom presoje trajnosti in vseh drugih turističnih subjektov (nastanitveni kompleksi, gostinski obrati, atrakcije, turistični produkti...).
- presoja trajnosti celovitih, geografsko smiselno zaokroženih in razvojno skladnih turističnih destinacij (za dosego relevantnih rezultatov),
- redna implementacija ukrepov za izboljšanje področja trajnosti s strani obstoječih delujočih in funkcionalnih organizacijskih struktur,
- trženje zelene ponudbe slovenskega turizma na osnovi prepoznanih trajnostnih produktov posameznih turističnih destinacij,
- spodbuda turističnih destinacij in ponudnikov k uvajanju modelov trajnostnega poslovanja,
- razvoj zelenih doživetji, ki trajnostna poslovanja destinacij in ponudnikov preslikajo v doživetja in turistične proizvode za obiskovalce (npr. tematske zelene poti, zelene mreže).

Zelena shema slovenskega turizma je sistem oziroma certifikacijska shema, ki pod krovno znamko "SLOVENIA GREEN" združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji, destinacijam in ponudnikom ponudi konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja, skozi znamko SLOVENIA GREEN pa to zeleno delovanje tudi promovira.

Zelena shema slovenskega turizma spodbuja k učinkoviti rabi energije, vode in virov, trajnostni mobilnosti, ozelenitvi turističnih nastanitvev, zelenemu naročanju ter prilagajanju na podnebne spremembe. V lokalnem okolju spodbuja povezovanje deležnikov v javnem in zasebnem sektorju ter njihovo skupno ter usklajeno trajnostno delovanje za ohranjanje okolja. Shema hkrati deluje izobraževalno in osveščevalno tako do notranjih (podjetja in prebivalci v lokalni skupnosti) kot do zunanjih javnosti (turisti in drugi deležniki). Zasnovana je na globalno sprejetih indikatorjih trajnostnega managementa na ravni destinacij ter na obstoječih uveljavljenih mednarodnih certifikacijskih znakih za turistične ponudnike. Na ta način omogoča primerjavo članov z destinacijami oziroma ponudniki po svetu. Predstavlja pa tudi pomembno promocijsko orodje za izpostavitve tistih destinacij in ponudnikov, ki delujejo po trajnostnih načelih.

**Usmeritve Zelene sheme sovpadajo tudi s pričakovanji sodobnega turista.** Okoljska zakonodaja Evropske unije, od koder prihaja večina tujih turistov v Slovenijo, je njene prebivalce v veliki meri izobrazila in posledično "prisilila" v okolju prijazno delovanje – kar pa predstavlja odlično priložnost tako za socialne kot tudi tehnološke inovacije



v panogi. Primer: stopnja ločevanja odpadkov v Evropi je najvišja na svetu, prav tako je z varovanjem vodnih virov in kakovostjo pitne vode. Okoljska ozaveščenost je postala pomembna vrednota prebivalcev stare celine in le-to prenašajo tudi v svoje potovalne navade. Raziskave tudi kažejo, da se bo kar 75 % turistov, ki imajo v kraju na voljo dva različna objekta podobnega cenovnega razreda, odločilo za tistega, ki ima kateri od priznanih certifikatov, ki izkazujejo trajnostno poslovanje.

Današnji turist zato pričakuje, da bodo tudi destinacije, v katere prihajajo na dopust, delovale okolju prijazno, saj bodo le tako lahko zagotavljale ohranjanje narave. Prav obisk narave, naravnih vrednot in priložnosti za zdravo in aktivno preživljanje prostega časa v naravnem okolju je danes ključni motiv sodobnega turista, ki izbira počitniško destinacijo. Pri tem išče vedno bolj lokalna doživetja, lokalno kulinariko ter lokalno pridelano hrano.

Tovrstni turizem se umešča v višji cenovni rang ter privablja višje izobražene in višje socialno rangirane goste. **Nagovarjanje le-teh z butičnimi, zelenimi in inovativnimi produkti višje dodane vrednosti je tudi ključna strateška usmeritev slovenskega turizma.**

## **2.2 KONCEPT POVEZOVANJA IN RAZVOJA SKUPNIH RRI INICIATIV ZA TRŽENJE ZAHTEVNEJŠIH, CELOVITIH IN INTEGRIRANIH STORITEV**

Temeljni koncept razvoja skupnih RRI iniciativ je usmerjen v medsektorsko povezovanje, sodelovanje, izmenjavo dobrih praks, prilagoditev storitev glede na potrebe in zahteve končnih uporabnikov oz. porabnikov ponujenih storitev. Zavedamo se pomena vzporednega in presečnega razvoja drugih sektorjev in bomo stremeli k temu.

Za povečanje vrednosti pretežnega dela turističnih kazalnikov bo potrebno najprej razviti kompleksnejše, celovite in integrirane turistične proizvode in storitve, nato pa jih tudi uspešno tržiti. Kompleksni in integrirani turistični proizvodi in storitve nujno vključujejo vrednostno verigo, sestavljeno iz mnogih ponudnikov in deležnikov.

Zaradi kompleksnosti bodo pri razvoju skupnih RRI iniciativ s podjetji sodelovali raziskovalci z vzpostavitvijo modela sodelovanja in povezovanja različnih iniciativ. Konceptu povezovanja in razvoja skupnih RRI iniciativ bo posebno pozornost posvečal strateški svet SRIPT, ki jih bo skozi aktivnosti in pobude članstva intenzivno spremljal.

## **2.3 PRISTOP K OSREDOTOČENJU RAZISKOVALNIH KAPACITET IN VZPOSTAVITEV SKUPNIH ZMOGLJIVOSTI**

Osnovni cilj je integracija in krepitev raziskovalnih kapacitet z namenom razvoja produktov z višjo dodano vrednostjo. Trenutne raziskovalne kapacitete na področju turizma so oblikovane pretežno v treh relativno majhnih jedrih v okviru Univerze v Ljubljani, Univerze na Primorskem in Univerze v Mariboru. Vsaka izmed teh skupin se ukvarja z ločenimi raziskavami; pretok spoznanj iz posameznih raziskav preko fakultetnih meja je šibek. Poleg tega turizem ni prepoznan kot raziskovalno področje s strani javne agencije za financiranje raziskovalne



dejavnosti v Sloveniji. Zaradi tega je financiranje temeljnih raziskav na področju turizma v zadnjem desetletju precej omejeno. Zaradi finančne krize, ki je terjala značilno zmanjševanje javnih sredstev za namen raziskovanja pa je financiranje raziskav na področju turizma trenutno skoraj ničelno. Vseeno pa so med 10-timi najbolj uspešnimi raziskovalci, ki delujejo na področju ekonomskih ved, kar trije s področja turizma. Zelo zmotno je verjeti, da turizem ne potrebuje raziskav in razvoja. Ravno ta dva področja so potrebna za krepitev turistične ponudbe in njen razvoj s ciljem ustvarjanja višje dodane vrednosti.

Na raziskovalnem področju obstaja potreba po vzpostavitvi integriranih raziskovalnih skupin oziroma jeder za večdimenzionalno in interdisciplinarno raziskovanje fenomenov na področju turizma. Zaradi specializacije in diverzifikacije znanj v obstoječih raziskovalnih skupinah obstaja potreba po združevanju kapacitet v okviru strateškega partnerstva. Nadalje, za uspešno izvedbo raziskav, predvsem na ciljnih področjih SRIPT, je nujno potrebno vključevanje tudi ostalih raziskovalnih skupin, npr. na področju digitalnih in informacijsko-komunikacijskih tehnologij, varne hrane, trženja, trajnosti, ekologije, ravnanja z odpadki, arhitekture, prometa, gradbeništva, oblikovanja, upravljanja s poslovnimi procesi itd. SRIPT ima tudi namen vzpostaviti mrežo raziskovalnih inštitucij in skupin za izvedbo interdisciplinarnih raziskav na področju turizma.

Ključni pomen in cilj vzpostavitve strateškega partnerstva na področju osredotočenja raziskovalnih kapacitet je poleg razvoja temeljnih raziskav tudi fokus na aplikativne raziskave za potrebe gospodarstva na vseh štirih ključnih prioritetnih področjih SRIPT-a.

Poleg povezovanja raziskovalcev znotraj Slovenije in povezovanja raziskovalcev s turističnimi podjetji je namen tudi vključevanje raziskovalcev v mednarodno mrežo. Na ta način se zagotavlja dostopnost do znanja ali dodatnih specifičnih kompetenc, ki morda v Sloveniji niso na voljo.

Glede na zapisano ocenjujemo, da so ključna raziskovalna področja, na katera se bo osredotočal SRIPT, sledeča:

- Raziskave, ki združujejo znanja na področju IKT in turizma z namenom razumevanja in predvidevanja nakupnega vedenja turistov, določanja turističnih tokov in migracij turistov v prostoru, optimizacija digitalne promocije in povečanje konverzije, razumevanje uspešne virtualizacije ter raziskave na področju optimizacije poslovnih procesov.
- Raziskave na področju trajnosti v smeri merjenja in povečanja prostorske in sezonske zmogljivosti destinacij, spreminjanja obnašanja turistov do okolju bolj prijaznem, raziskave na področju podpore lokalnega prebivalstva razvoju turizma, raziskave na področju CO2 emisij in odpadkov v turističnih dejavnostih.
- Raziskave na področju učinkovite rabe virov v turističnem sektorju.
- Raziskave, vezane na varnost in zasebnost v turističnem sektorju.



- Raziskave na področju dviga kakovosti bodo zajemale optimizacijo zajema podatkov o željah in pričakovanjih turistov za boljšo informiranost o njihovem nakupnem vedenju ter spremljanju zadovoljstva turistov s turistično ponudbo.
- Raziskave na področju človeških virov se bodo posvečale spremljanju razvoja kadrov in njihovih kompetenc.
- Raziskave širših vplivov turističnega sektorja na naravno in kulturno dediščino ter družbeno okolje in določanje odgovornosti.
- Raziskave, ki bodo povezane s povečanjem prepoznavnosti turističnih poklicev kot poklicev prihodnosti, predvsem med mladimi.
- Raziskave valorizacij naravnih vrednot in kulturne dediščine za potrebe razvoja turistične ponudbe.
- Raziskave na področju potencialov in ponudnikov, ki lahko vzpostavijo različne verige vrednosti za potrebe različnih segmentov turistične ponudbe.



### 3. OKVIREN NAČRT AKTIVNOSTI NA PODROČJU INTERNACIONALIZACIJE IN MREŽENJA

Turizem velja za panogo, ki je povsem podvržena mednarodnim tokovom in konkurenčnosti, tako na lokalnem, kot tudi na regionalnem in globalnem nivoju.

Aktivnosti internacionalizacije, ki se bodo izvedle v okviru SRIPT, bodo skladno s strateškimi načrti države in resornega ministrstva namenjene nadaljnji rasti in razvoju slovenskega turističnega sektorja v mednarodnem okolju in k izboljševanju konkurenčnosti domačega podpornega okolja.

Ciljna skupina so turistični ponudniki, ki imajo svoje poslovanje vezano pretežno na tujega gosta oz. ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na nove trge. Podporna skupina so Turistično gostinska zbornica Slovenije in raziskovalne inštitucije.

Ključni strateški partner pri izvedbi tovrstnih aktivnosti bo Slovenska turistična organizacija.

**Ključne aktivnosti internacionalizacije bodo vezane na povezovanje našega SRIPT v okviru platforme strategije pametne specializacije (<http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/>) na nivoju Evropske komisije.**

**SRIPT je aktivni podpornik pobude, da se v okviru te platforme odpre tematska platforma za področje turizem oz. varnost v turizmu, ki jo je podal SRIP turizem iz Finske regije Laponska.**

Turistično gostinska zbornica Slovenije bo še okrepila sodelovanje v mednarodnih organizacijah, s katerimi že danes proaktivno sodeluje:

- **HOTREC** (Evropsko združenje hotelov, restavracij, kavarn in podobnih obratov),
- **ECTAA** (Evropsko združenje nacionalnih združenj turističnih agencij),
- **EFCO** (Evropsko združenje nacionalnih kamp organizacij),
- **IMI** (Internal Market Information System) za izmenjavo informacij o podjetjih in podjetnikih, ki želijo opravljati svoje dejavnosti in storitve v drugih državah članicah EU in ne zgolj v svoji državi (V IMI je TGZ vključena kot nosilka javnih pooblastil v skladu z Zakonom o spodbujanju razvoja turizma. Drugim državam članicam posreduje relevantne podatke o slovenskih družbah in podjetnikih posameznikih, ki v tujini urejajo dovoljenja za opravljanje dejavnosti na področju turizma).

Znanstvene inštitucije so aktivno udeležene v obstoječih mednarodnih projektih in mrežah, kot so ERASMUS+, TEMPUS, Aiest in TTRA. Člani SRIPT bodo mreže, ki so že vzpostavljene, dodatno uporabili za svoje potrebe.





Na področju Zelene sheme je ključno vzpostavljeno partnerstvo z mrežo Green Destinations, ki je nosilka Green Destinations standarda, ki je integriran v certifikacijsko shemo Slovenia Green. Vse slovenske destinacije so posledično članice omenjene mreže. Podobno podjetja za potrebe pridobitve certifikata Slovenia Green postajajo člani različnih certifikacijskih mrež, kot sta npr. Travelife in Green Globe.

Podobno se interesna združenja in posledično njihovi člani vključujejo v mednarodna interesna združenja, kot je na primer GIZ Pohodništvo in kolesarjenje član mreže Adventure Travel Trade Association.

### 3.1 OPREDELITEV CILJNIH TRGOV IN NAČINA VSTOPA NA TRGE

V letu 2015 je slovenska vlada ponovno ustanovila Javno agencijo Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma – Slovensko turistično organizacijo - STO. Agencija opravlja dejavnost načrtovanja in izvajanja politike trženja celovite turistične ponudbe Slovenije (Uradni list RS, št. 46/15) in med ostalim opredeljuje tudi ciljne trge in nastope na ciljne trge slovenskega turizma. Na tej točki moramo poudariti, da je turizem ena izmed redkih gospodarskih panog, ki že ima oblikovano, organizirano in profesionalno trženje na tujih trgih, in to sicer skozi STO. Naloga SRIPT na področju razvoja turističnih proizvodov in drugih trženjskih aktivnosti bo v veliki meri povezano in komplementarno z delom STO, saj ne želimo podvajati aktivnosti.

Ciljni trgi partnerjev v SRIPT so usmerjeni zelo globalno in so skladni z usmerjenostjo na tuje trge, predlagane s strani STO (v letnem poročilu dela STO 2016 – 2017). Poleg trgov navedenih s strani STO si želijo deležniki SRIPT-a usmerjeno delovati tudi v tretjih državah, ki jih STO trenutno ne pokriva.

Skladno s politiko STO ciljne trge za deležnike SRIPT-a definiramo kot:

- Primarni trgi (atraktivni in stabilni) so: Avstrija, Italija in Nemčija. To so trgi, ki se jim posveča največja stopnja pozornosti in največji delež virov.
- Rastoča trga (donosna in rastoča) sta: Velika Britanija in Francija. Trga sta pomembna z razvojnega vidika in morata dobiti ustrezen delež virov.
- Potencialni rastoči trgi: Beneluks, Švica, Danska, Finska, Poljska, Ruska federacija, Madžarska in Češka republika. Ti trgi predstavljajo znatni potencial za nadaljnjo rast. Ker je v tej skupini veliko trgov, ki se medsebojno razlikujejo, se mora obravnavati vsakega posebej.
- Bližnji trgi, ki predstavljajo veliko vrednost glede na vložena sredstva (»Value for money« trgi) so: Hrvaška, Srbija in BiH. Ti trgi so zelo zanimivi, predvsem glede na dostopnost. Na drugi strani pa se mora pri trženju (določenih produktov) upoštevati nizka povprečna potrošnja teh trgov kot tudi splošna (manjša) atraktivnost.
- Preko-oceanski trgi na katerih STO nastopa preko partnerstev. Ti trgi so: Japonska in Južna Koreja, Kitajska, Tajvan, ZDA, Kanada in Brazilija. Na teh trgih je Slovenija



sistematično prisotna že več let, a v omejenem obsegu. Na prekomorske trge se bo vstopalo v partnerskih povezavah s slovenskim turističnim gospodarstvom ter s partnerstvi s sosednjimi državami, s katerimi lahko razvijemo privlačne in konkurenčne turistične proizvode ter v sodelovanju z letalskimi družbami okrepimo pritek turistov iz teh trgov.

Partnerji v SRIPT se bodo zavzemali za naslednje načine vstopa na trg:

- sejmi (targetirano, potrebno je pripraviti segmente, npr. če je trg UK orientiran sejemsko v smislu promocije pri njih, so nasprotno denimo skandinavski trgi bolj orientirani na sejme v lokalnem okolju, torej v Sloveniji),
- tržne poti B2B in B2C (B2B: turistične agencije, tour operaterji, interesna združenja, podjetja, bulk buying sistemi, OTO portal; B2C: lastni vstopi, WEB, integrirani booking centri, kuponske prodaje).

Vstopi na tuje trge bodo potekali na različne načine, med katerimi navajamo:

- skupne udeležbe in predstavitve na mednarodnih sejmih,
- skupne akvizicije na geografskih področjih (z namenom sklepanja poslovnih dogovorov, obstoječih in potencialnih poslovnih partnerjev),
- skupen nastop na mednarodnih sejmih,
- priprava in distribucija skupnih proizvodov,
- skupni nastopi na večjih in oddaljenih trgih npr. Kitajske, Rusije, Kazahstana, Azerbajdžana,
- skupno sodelovanje, predstavitve, nastopi v mednarodnih zbornicah in združenjih npr. NCEA.

### **3.2 OPREDELITEV STORITEV POMOČI NASTOPOM NA TUJIH TRGIH**

**SRIPT** predvideva tudi storitve pomoči nastopom na tujih trgih in povezovanja med subjekti. V ta namen SRIPT načrtuje, da bo svojim članom partnerstva nudil naslednje storitve:

- Seminarji tipa kako poslovati z določenim tujim trgom ali skupino trgov;
- Mreženja z opredeljenimi deležniki med člani SRIPT-a na ciljnem trgu;
- Organizacija in izvedba gospodarskih delegacij v tujino / iz tujine;
- Svetovanja CEMP »1 na 1« deležnikom SRIPT, kjer bo določen cilj / interes; CEMP s svojim znanjem in orodjem kreira pot do cilja / interesa;
- Digitalne platforme in IKT podpora deležnikom v SRIPT;
- Marketinški splet za tuji trg (izdelek, cena, prodaja, komunikacija)
  - izdelek/storitev
    - standardizacija (nespremenjeno)
    - diferenciacija (prilagoditev, razvoj novih izdelkov/storitev)
  - mednarodna komunikacija (komunikacijska sredstva)



- o cenovna politika
  - spodnja in zgornja cenovna meja
  - izračun izvozne cene
- o prodajne poti
  - stopnja distribucije (intenzivna, selektivna, ekskluzivna)
  - prodajni kanali
- o izbira dejanskih (prodajnih) partnerjev
- Kulturne razlike (raziskave tujih trgov z osredotočanjem na razlike v kulturi).

### **3.3 OPREDELITEV AKTIVNOSTI ZA SKUPNI NASTOP ČLANOV SRIPT**

Poudariti želimo, da je turizem ena redkih gospodarskih panog, ki že ima ustanovljen subjekt, katerega glavni namen delovanja je izvajanje aktivnosti za profesionalno trženje turističnih produktov in storitev na tujih trgih. Govorimo o STO (katera že ima oblikovano, organizirano in profesionalno trženje na tujih trgih) s pomočjo katere bomo deležniki partnerstva SRIPT nadgradili obstoječe aktivnosti, razvijali nove za potrebe skupnega nastopa članov SRIPT na posameznih tujih trgih:

- Mreženje na področju podjetij – v fazi industrializacije in dalje (od TRL 5 naprej).
- Poslovni klubi in sveti,
- Vključevanje podjetij prek sodelovanja v programih čezmejnega sodelovanja,
- Svetovanje pri vstopu na nov trg,
- Krepitev sposobnosti za vključitev podjetij v mednarodne povezave krožnega gospodarstva (SVO) idr. ...



#### **4. OKVIREN NAČRT AKTIVNOSTI NA PODROČJU RAZVOJA ČLOVEŠKIH VIROV V NAVEZI IN KOMPLEMENTARNOSTJO AKTIVNOSTI ZA RAZVOJ KOMPETENČNIH CENTROV ZA RAZVOJ KADROV**

**SRIPT** bo svoje delovanje na segmentu človeških virov usmeril v razvoj in implementacijo znanj za dvig kakovosti storitev. Turistična podjetja danes razpolagajo, razvijajo in upravljajo z znanji in sposobnostmi (kompetencami) svojih zaposlenih v okviru lastnih razvojnih, organizacijskih in finančnih prioritete vsakega od podjetij. Ker so specifična in splošna operativna znanja v turizmu osnova kakovosti storitev, se turistična podjetja zavedajo, da je stalnost preverjanja, izboljševanja in nadgrajevanja znanja ter sposobnosti izjemnega pomena.

Načrt aktivnosti zajema:

- GT AKADEMIJA - gostinsko turistična akademija bo središče, kjer se bodo na podlagi potreb gospodarstva razvijala in izvajala visoko kakovostna usposabljanja in treningi za temeljne poklice v gostinsko turistični dejavnosti. Mentorji bodo strokovnjaki iz prakse, usposabljanja po najvišjih merilih kakovosti in mednarodne primerljivosti. Akademija bo predstavljala platformo za povezovanje in sodelovanje z resornimi ministrstvi ter izobraževalnimi institucijami. Nudila bo strokovno podporo gospodarskim družbam in bo njihovo centralno središče za prenos znanj ter dobrih praks na področju razvoja kadrov.
- Povezovanje in razvoj skupnih aktivnosti z drugimi SRIPI, predvsem s SRIP-i hrana, zdravje - medicina, pametne stavbe in drugimi.
- Povezovanje in nadgradnja dela s KOMPETENČNIM CENTROM TURIZMA ob predpostavki, da bo SRIPT svoje aktivnosti izvajal s širšim naborom kadrov gospodarskih podjetij in proaktivnim delom z izobraževalnimi, razvojnimi in raziskovalnimi institucijami ter resornimi ministrstvi.
- Turistični inovacijski center in Klinika za turistične storitve.
- Interni sistem kakovosti storitev.
- Platforma znanj in kompetenc.
- Znak kakovosti turizma.

V tej fazi je že vzpostavljeno sodelovanje s Kompetenčnim centrom turizma. V nadaljevanju ga bomo poglobili, predvsem s povezovanjem in nadgradnjo aktivnosti Kompetenčnega centra turizma in SRIPT-a. Vodilni partner KOC turizem je ustanovni član SRIPT-a. Upravitelj projekta Turistično gostinska zbornica Slovenije mu je podala vso podporo ob prijavi projekta. Tudi večina partnerskih podjetij v njihovem konzorciju so člani našega SRIPT-a. Že od samega začetka se spodbujamo pri delu in vzpostavljamo pomembno sodelovanje z obeh strani.



Želimo nadgraditi skupne **izzive podjetij pri razvoju kadrov na področju trajnostnega turizma:**

1. dvig usposobljenosti in panožno specifičnih kompetenc zaposlenih za:
  - o povečanje njihove učinkovitosti,
  - o dvig ravni kakovosti izvajanja storitev,
  - o povečanje konkurenčnosti podjetij.
2. Prenesti strokovna znanja in trende zelenega poslovanja (zeleni shema) v panožna podjetja ter nadalje prenesti ta znanja na zaposlene.
3. Povečati usposobljenost za:
  - o informacijsko podprto trženje in mreženje,
  - o oblikovanje in znamčenje inovativnih in trajnostnih turističnih produktov.
4. Dvigniti raven vodenja podjetij s področja hotelirstva (ter ostalega gostinstva) in turizma z razvojem znanj za inovativno upravljanje in procesne inovacije.
5. Povečati ugled ključnih poklicev v turizmu.

V naslednji fazi bomo s partnerji in sodelavci oblikovali pomembne razvojne vsebine in ustanovili lastni KOMPETENČNI CENTER TURIZEM, ki bo pokrival veliko širše področje delovanja in vključeval obsežnejše število turistično gostinskih gospodarskih subjektov.

Namen izvajanja aktivnosti skozi KOC turizem je:

- Dvigniti strokovno usposobljenost zaposlenih v hotelskih in gostinskih podjetjih.
- Dvigniti splošne kompetence ter zmanjšati primanjkljaje specifičnih in splošnih kompetenc potrebnih za delo v turizmu.
- Dvigniti splošno raven kakovosti opravljanja storitev v turizmu.
- Izboljšati in povečati učinkovitost, prilagodljivost in konkurenčnost zaposlenih v turizmu.
- Vzpostaviti procese prenosa visoko strokovnega znanja med zaposlenimi iz različnih podjetij v turizmu.
- Razvijati sposobnosti prenašanja znanja na sodelavce.
- Razvijati procese kontrole ravni operativnih znanj v posameznih podjetjih.
- Razvijati in povezovati turistična podjetja z izobraževalnimi institucijami z visoko ravni strokovnega in znanstvenega znanja ter pristopa pri izobraževanju zaposlenih.
- Kompetenčne centre znanja povezati z najboljšimi tujimi strokovnimi izobraževalnimi institucijami, ki razvijajo specifična operativna hotelska znanja za nadgradnjo obstoječih specifičnih znanj zaposlenih.

#### **4.1 MODEL RAZVOJA SPECIFIČNIH KOMPETENC IN NJIHOVEGA ZAGOTAVLJANJA**

Model razvoja specifičnih kompetenc za panogo turizma v preteklosti še ni bil izdelan, je pa v fazi razvoja in nastajanja v sedanjem KOC turizem. Sodelujoča podjetja se zavedajo, da je za dvig ravni kakovosti storitev za uspešno globalno pozicioniranje v turizmu bistvenega pomena panožno poenoten in celovit pristop k razvoju kadrov, katerega osnovo predstavlja model kompetenc, kot sami poudarjajo. Izredno pomembno za naše delo na tem prioritetnem



fokusnem področju je možnost souporabe vzpostavljenega modela kompetenc v KOC turizmu članom SRIPT-a. Povezujemo se že od njihovega začetka in bomo določene aktivnosti razširili ter nadgradili.

Pri izdelavi modela kompetenc bodo aktivno sodelovali vsi projektni partnerji ter bo zajet širok nabor ključnih delovnih mest in profilov v turizmu. S tem bo nastal dokument, ki bo referenčen za celotno panogo.

## 4.2 VZGOJA ZA TURIZEM

Nekatere preliminarne raziskave kažejo močno povezanost med percepcijo turizma in turistov s strani staršev in percepcijo turistov ter turizma s strani otrok v različnih starostih. Analize implicirajo, da se negativne percepcije turizma in turistov v močnih turističnih krajih, kjer turizem predstavlja velik delež zaposlitve, preko staršev prenašajo na otroke, s čimer se na dolgi rok pojavlja nevarnost pomanjkanja profesionalnih kadrov in splošnega interesa za kakovostno delo v turizmu. Po drugi strani gostoljubje kot osnova turističnega doživetja izgublja svoje mesto v digitalizirani in elektronsko-komunikacijskih družbenih omrežjih. Takšni trendi neugodno vplivajo na zelene napovedi dviga kakovosti na področju storitev v prihodnosti. Vzgoja za turizem kot integralni projekt na vseh ravneh izobraževanja zmanjšuje vplive negativnih percepcij in tehnoloških trendov razvoja turizma na bodoče zaposlene v turizmu in povečuje raven zavedanja o kakovosti življenjskega okolja in turistične ponudbe v Sloveniji. Vzgojo za turizem odgovorno in načrtovano prevzemajo profesionalne izobraževalne institucije in ni prepuščena dobri volji in naključnim vzgibom posameznih vzgojiteljev in učiteljev.

Vzgoja za turizem je usmerjena predvsem v programe predšolske vzgoje (vrtce) in osnovnošolsko izobraževanje, skupaj z deležniki na tem področju, ki tovrstne projekte parcialno že izvajajo. V okviru SRIPT bodo aktivnosti potekale na področju predšolske vzgoje s področja lokalne, slovenske in svetovne kulturne dediščine, izletov, počitnic in potovanja, ter kulturne raznolikosti.

Na področju osnovnega šolstva bodo okrepljene aktivnosti v projektih v promociji Turistične zveze Slovenije, ob integraciji turističnih ponudnikov, in sicer profesionalno izvajanje izbirnih vsebin s področja turizma, kot so poznavanje lokalne turistične ponudbe, lokalne, slovenske in svetovne kulturne dediščine, oblikovanje lokalnih inovativnih turističnih produktov, prepoznavanje elementov trajnostnega turizma in trajnostnega razvoja, podjetniške delavnice, medkulturno srečevanje in spoznavanje, potovanja kot nenadomestljiva oblika izobraževanja, gost v našem domu ipd.

Na celotni vertikali se bo vzpodbujala integracija naravoslovnih in kulturnih (etno-, arheo-, umetnostno- ciljanih vsebin) v učne programe.



**V skladu z 20. točko Razpisne dokumentacije javnega razpisa za izbor operacij »Podpora strateškim razvojno inovacijskim partnerstvom SRIP na prioritetnih področjih pametne specializacije«, upravljavec projekta Turistično gostinska zbornica Slovenije označuje celotna poglavja 5. in 6. Akcijskega načrta SRIP TURIZMA - SRIPT za poslovno skrivnost v skladu z 2. točko 6. odstavka 6. člena Zakona o dostopu do informacij javnega značaja (Uradni list RS števil. 51/2006-UPB2). Vsebine, navedene v teh dveh poglavjih Akcijskega načrta SRIPT so avtorska dela avtorjev tega dokumenta in so zaščitena skladno z Zakonom o avtorski in sorodni pravici. Prijavitelji na razpis ocenjujemo, da bi z razkritjem teh vsebin lahko prišlo do kraje poslovnih idej pred samimi prijavi na razpise, zato se te vsebine dokumenta javno ne objavljajo.**