

Interreg
Italia-Slovenija



Co-funded by
the European Union

DATIS

DATIS: Digitalni pionirji dostopnega turizma

DOSTOPNI TURIZEM
ITALIJA-SLOVENIJA:
RAZISKAVA UPORABNIŠKIH
NAVAD IN IZKUŠENJ 2024-2026

Program Interreg Italia-Slovenija VI-A 2021-2027

Il progetto DATIS è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia. Projekt DATIS sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

DATIS

Digitalni pionirji vključujočega turizma: digitalna dostopnost in socialna vključenost oseb z invalidnostmi in starejših v čezmejni regiji Italije in Slovenije.

Projekt DATIS naslavlja skupni izziv čezmejnega območja Italija-Slovenija digitalne dostopnosti in socialne vključenosti v turističnem sektorju za invalide in starejše. V ta namen je bila opravljena poglobljena študija o potovalnih izkušnjah in potrebah, razvit akcijski načrt, spletni vmesnik in mobilne aplikacije, usposabljanje turističnih ponudnikov ter dve pilotni akciji: San Michele Museum in Muzej industrijske dediščine Ajdovščina. Projekt uporablja inovativen multidisciplinarni in participativni pristop z aktivnim vključevanjem končnih uporabnikov invalidov v vse faze ter sodelovanjem med italijanskimi in slovenskimi partnerji z dopolnjujočimi se znanji (tehnološkimi, socialnimi, turističnimi).

www.ita-slo.eu/datis

Poročilo:

TURISTIČNE NAVADE IN IZKUŠNJE LJUDI Z INVALIDNOSTMI TER ANALIZA DOSTOPNOSTI TURISTIČNIH PONUDNIKOV IZ ČEZMEJNE REGIJE ITALIJE IN SLOVENIJE

Pripravili Luca Bianchi (Quolity srl), Stefano Russo (Quolity srl) in Moreno Zago (Univerza v Trstu) (I. in II. del); Maša Malovrh (Beletrina Academic Press) (Part III. del).

Beletrina 2025.

Reference:

Delovni paket 1: Neposredni učinek 1.1: Strategija za izboljšanje digitalne dostopnosti turistične panoge v Sloveniji in Italiji

- Aktivnost 1.1: Poglobljena raziskava o turističnih aktivnostih, navadah in izkušnjah oseb z invalidnostmi ter analize digitalne dostopnosti 100 turističnih ponudnikov.
- *Kazalnik 1.1.1.:* Poročilo čezmejne raziskave o uporabniških navadah in izkušnjah oseb z različni. invalidnosti v turizmu.
- *Kazalnik 1.1.3.:* Poročilo o analizah digitalne dostopnosti 100 turističnih ponudnikov
- Aktivnost 1.2: Priprava dokumenta skupne Strategije in smernic za izboljšanje digitalne dostopnosti v turistični panogi na čezmejnem območju Italije in Slovenije
- *Kazalnik 1.2.1.:* Rezultati analize in strokovne ugotovitve čezmejne kvantitativne raziskave
- *Kazalnik 1.2.2.:* Skupna priprava strategije za izboljšanje digitalne dostopnosti v turističnem sektorju
- *Kazalnik 1.2.3.:* Strategije in smernic za izboljšanje digitalne dostopnosti v turistični panogi na čezmejnem območju

Vsebina

I.	DEL TURISTIČNE NAVADE IN IZKUŠNJE LJUDI Z INVALIDNOSTMI. ANALIZA REZULTATOV ČEZMEJNE KVANTITATIVNE RAZISKAVE	6
I.1.	Metodološki uvod	7
I.2.	Značilnosti vzorca	13
I.3.	Družbeno vključujoč in odgovorni turizem.....	16
I.4.	Kulturni in družbeni izzivi	23
I.5.	Javno ozaveščanje in izobraževanje	26
I.6.	Digitalna dostopnost ponudnikov storitev v Italiji in Sloveniji	30
I.7.	Pričakovanja, ovire in izzivi pri dostopnosti	36
I.7.1.	Senzorna okvara	36
I.7.2.	Kognitivna ali razvojna motnja in težave pri komuniciranju.....	39
I.7.3.	Gibalna oviranost.....	42
I.7.4.	Oviranost kot posledica starosti	46
I.7.5.	Zaključki za vsako skupino	49
II.	DEL TEHNIČNE UGOTOVITVE KVANTITATIVNE ČEZMEJNE RAZISKAVE	51
II.1.	Družbeno vključujoči in odgovorni turizem.....	52
II.1.1.	Vključevanje in družabnost v turizmu	52
II.1.2.	Odgovornost in družabnost v turizmu.....	53
II.1.3.	Izzivi dostopnosti	54
II.2.	Dobre prakse na čezmejni in evropski ravni	58
II.2.1.	Pred potovanjem	58
II.2.2.	Med potovanjem	59
II.2.3.	Po potovanju.....	61
II.3.	Kulturni in družbeni izzivi.....	62
II.3.1.	Glavni kulturni izzivi	62
II.3.2.	Glavni družbeni izzivi.....	63
II.4.	Javno ozaveščanje in usposabljanje.....	67
II.4.1.	Značilnosti in koristi usposabljanja na področju dostopnega turizma	67
II.4.2.	Veščine v dostopnem turizmu	70
II.4.3.	Vpleteni deležniki in strategije za ozaveščanje	73

III. DEL ANALIZA DOSTOPNOSTI 100 TURISTIČNIH PONUDNIKOV IZ ČEZMEJNE REGIJE ITALIJE IN SLOVENIJE	75
III.1. Zakaj je dostopnost pomembna	76
III.2. Kaj smo testirali.....	77
III.3. Kaj smo ugotovili.....	78
III.3.1. Skupne ocene.....	78
III.3.2. Najpogostejše ovire	78
III.3.3. Kaj je dobro delovalo	78
III.3.4. Kaj to pomeni za turistične ponudnike.....	78
III.4. Ključne ugotovitve iz analize dostopnosti.....	80
III.4.1. Povprečna ocena italijanskih spletnih strani: 40 %	80
III.4.2. Povprečna ocena slovenskih spletnih strani: 37 %	80
III.5. Podrobna analiza italijanskih turističnih spletnih strani.....	81
III.5.1. Kaj dobro deluje.....	81
III.5.3. Glavne ovire do dostopnosti	81
III.5.4. Znaki delne implementacije	82
III.5.5. Povzetek za italijanske turistične ponudnike	83
III.6. Podrobna analiza slovenskih turističnih spletnih strani.....	85
III.6.1. Prednosti: uvedeni tehnični temelji.....	85
III.6.2. Glavne ovire do dostopnosti	85
III.6.3. Funkcije za boljše delovanje	86
III.6.4. Povzetek za slovenske turistične ponudnike.....	86
III.7. Primerjalna interpretacija rezultatov dostopnosti: Italija vs. Slovenija	89
III.7.1. Ključne ugotovitve	89
III.7.2. Podobne prednosti v obeh državah.....	89
III.7.3. Glavne skupne slabosti	89
III.7.4. Prostor za izboljšanje	90
III.7.5. Zaključki primerjalne analize	90
III.8. Zaključki in naslednji koraki.....	93
III.8.1. Kaj razkriva analiza	93
III.8.2. Zakaj je dostopnost pomembna	93
III.8.3. Kaj lahko storite že danes	94
III.8.4. Dolgoročni koraki za vključujočo zasnovo.....	95
III.8.5. Zaključne misli	95
III.9. Priporočila: kako izboljšati dostopnost spletne strani.....	96
III.9.1. Hitri uspehi: kaj lahko storite v tem trenutku	96
III.9.2. Dolgoročne izboljšave dostopnosti.....	97
III.9.3. Povzetek: zakaj se to splača	98
III.10. Zaključki: zakaj je digitalna dostopnost v turizmu pomembna	101
III.10.1. Dostopnost je gostoljubje	101
III.10.2. Z vključevanjem gradimo močnejši turistični sektor	101

III.10.3. Kaj razkriva projekt DATIS	102
III.10.4. Poziv k dejanjem	102
III.11. Povzetek dostopnosti po skupinah uporabnikov	103
III.11.1. Slepí ali slabovidni uporabniki	103
III.11.2. Gluhi ali naglušni uporabniki	103
III.11.3. Uporabniki s kognitivnimi okvarami	104
III.11.4. Uporabniki z gibalno oviranostjo	104
III.11.5. Uporabniki z več oviranostmi	105
III.11.6. Starejši.....	105
III.12. Specifične potrebe in vrzeli v dostopnosti digitalnega turizma za uporabnike z vidnimi in kognitivnimi ovirami	107
III.12.1. Uporabniki z vidno okvaro (slepí, slabovidni, delna izguba vida).....	107
III.12.2. Uporabniki s kognitivno okvaro (nevrodiverziteta, psihosocialne, intelektualne okvare)	108
III.12.3. Zakaj je treba dati prednost tema skupinama	110
Viri.....	111
 PRILOGA	
Vprašalnik o digitalnih omejitvah in dostopnem turizmu	115

I. DEL

Turistične navade in izkušnje
ljudi z invalidnostmi. Analiza
rezultatov čezmejne
kvantitativne raziskave

I.1. Metodološki uvod

Oddelek za politične in družbene vede Univerze v Trstu je izvedel čezmejno kvantitativno raziskavo o navadah in izkušnjah oseb z invalidnostmi v turizmu. Pri izpolnjevanju kvantitativnega vprašalnika je pomagalo podjetje Quolity, spin-off Univerze v Trstu, ki se ukvarja z analizami družbenih učinkov. Glavni namen podatkov, zbranih v okviru projektnih aktivnosti DATIS, pa je bil pridobiti informacije o nekaterih ključnih razsežnostih ranljive populacije na čezmejnem področju med Italijo in Slovenijo: družbeno-ekonomski profil, stopnja krhkosti, potovalne izkušnje in potrebe.

Raziskava je ciljala na osebe z različnimi invalidnostmi, s posebnim fokusom na osebah s kognitivno okvaro oziroma z duševnimi motnjami ter na slepih in slabovidnih. Vprašalnika za ti dve skupini sta bila sestavljena v sodelovanju z organizacijo Coop Mosaico iz Italije ter Zvezo društev slepih in slabovidnih Slovenije.

Rezultati, pridobljeni z analizo teh podatkov, so bili uporabljeni za pripravo dokumenta o skupni strategiji in smernice za izboljšanje digitalne dostopnosti v turističnem sektorju na čezmejnem območju.

Vprašalnik je pripravila in testirala Univerza v Trstu v sodelovanju z organizacijo Coop Mosaico iz Italije ter Zvezo društev slepih in slabovidnih Slovenije med junijem in julijem 2024. Razdeljen je v šest sklopov: Osnovne informacije (10 vprašanj), Potovalna pričakovanja (6 vpr.), Načrtovanje potovanja (5 vpr.), Dostop do spletnih informacij (7 vpr.), Potovalna izkušnja (12 vpr.) in Predlogi in priporočila (2 vpr.).

V tem koraku so bile poleg vprašalnika analizirane tudi najbolj uporabljane digitalne platforme za spletno izvajanje anket, in sicer: Google Forms, Monkey Survey in EU-Survey, storitev Evropske unije za upravljanje spletnih anket. Izbrana je bila EU-Survey zaradi kredibilnosti, skladnosti z GDPR, večjezičnih funkcionalnosti ter razmerja med stroški in koristmi izbire. V nadaljevanju je bil vprašalnik digitaliziran, izvedene so bile potrebne konfiguracije za administrativne metode, nato pa je bil ponujen v vseh treh projektnih jezikih: italijanščini, slovenščini in angleščini.

V okviru digitalizacije je bila ustvarjena spletna baza podatkov za zbiranje ključnih čezmejnih deležnikov. To orodje je bilo zasnovano v dva namena: na eni strani za dodatno informacijsko podporo pri izvedbi ankete, po drugi strani pa za omogočanje diseminacije rezultatov projektnih aktivnosti v poznejših fazah projekta. Po zaključku je bila baza podatkov posredovana projektnim partnerjem in dostopna prek platforme Google Drive.

Za strategijo izvajanja vprašalnika je bil izbran mešani pristop, ki združuje osebne metode (v živo) z izvajanjem prek spleta.

V anketo je bila vključena velika skupina ranljivih posameznikov s posebnim fokusom na osebah z invalidnostmi. To je predstavljalo velik izziv pri zbiranju podatkov, saj vključuje posameznike z različnimi stopnjami kognitivnih in fizično-motoričnih sposobnosti. Kot omenjeno, je bila anketa izvedena z uporabo dveh metod: anketiranja v živo in po spletu.

Na italijanski strani je glavnina anketirane populacije vključevala posameznike s kognitivnimi oviranostmi. V luči posebnosti te populacije ter strukture izvedene ankete smo se odločili obrniti neposredno na organizacije, ki nudijo storitve osebam s to vrsto invalidnosti. V dogovoru z vodstvom teh organizacij smo se odločili anketirance razdeliti v majhne skupine (največ 4–5 oseb), ki so bile čim bolj homogene glede na stopnjo in vrsto invalidnosti/zmožnosti. Poleg anketarjev, ki so bili odgovorni za zbiranje podatkov, je imela vsaka skupina enega ali več »posrednikov« (vzgojitelji, družinski člani, psihologi, inštruktorji itd.), ki so dobro poznali člane skupine in predvsem najboljše načine za komuniciranje z njimi.

Pri zbiranju podatkov v živo so sodelovale naslednje organizacije, ki delujejo na čezmejnem preučevanem območju:

- ASD Carpe Diem Turriaco (športno društvo, ki v športne aktivnosti vključuje osebe z invalidnostmi),
- ASD Polisportiva Fuoric'entro ODV (društvo, ki spodbuja šport za vključevanje in integracijo ranljivih posameznikov v sodelovanju z lokalnim zdravstvenim zavodom),
- ASD Zio Pino Baskin Udine (športno društvo, ki v športne aktivnosti vključuje osebe z invalidnostmi),
- Baskin energy Portogruaro (športno društvo, ki v športne aktivnosti vključuje osebe z invalidnostmi),
- Cooperativa Cisile – Comunità Baolâr-Villesse (bivalna skupnost za ljudi z invalidnostmi),
- Cooperativa sociale Trieste Integrazione a marchio Anffas (dnevni center za osebe z intelektualnimi in/ali motoričnimi ovirami),
- Cooperativa Thiel, Monfalcone-Fiumicello (kooperativa, usmerjena v rehabilitacijo, socialno in delovno vključevanje invalidov),
- Društvo Distrofikov Slovenije,
- Interclubaskin Muggia (športno društvo, ki v športne aktivnosti vključuje osebe z invalidnostmi),
- Medobčinsko društvo slepih in slabovidnih Ljubljana, Kranj, Novo Mesto, Celje, Nova Gorica, Maribor, Koper, Murska Sobota, Ptuj,
- Zveza društev gluhih in naglušnih Slovenije.

Z metodološkega vidika je bilo zanimivo opazovati, kako je ta specifični način zbiranja podatkov razkrival pomembne ugotovitve o odnosu med izvajalci ankete, anketiranci ter posredniki. V veliko primerih so morali posredniki posredovati, da so anketirancem »razjasnili« vprašanje, pri čemer so včasih uporabljali orodja, kot na primer slike, da so lahko posamezniki v celoti razumeli vprašanje.

Te ugotovitve odpirajo možnosti za nadaljnje metodološko raziskovanje zbiranja podatkov pri populacijah z različnimi ravnmi delovanja, še posebej na področju uporabe pisnih formatov komunikacije, kot sta »Jezik, razumljiv vsem« in »Pomožna in alternativna komunikacija« ter zasnova orodij za zbiranje podatkov (vprašalniki, priročniki za izvajanje intervjujev itn.). Izvajanje ankete v takšnih primerih odpira zanimiva vprašanja glede tako imenovane »homogenosti dražljajev« (Lazarsfeld,

1955; Marradi, 1980; Bichi, 2017), kar je eno od temeljnih načel kvantitativnega raziskovanja.

Na področju družboslovnih raziskav se »homogenost dražljajev« nanaša na rednost in enotnost, s katero se dražljaji, ki so pogosto, a ne izključno v obliki vprašanj, predstavljajo udeležencem med študijo, poskusom ali raziskavo. Ta koncept je ključen za zagotavljanje, da na odgovore posameznikov vplivajo le spremenljivke, ki se preučujejo, in ne razlike v besedilu ali predstavitvi samih dražljajev.

Ta metodološki interes se lahko izkaže za posebno plodovitega posebej v teoretičnem okviru »vključujočega raziskovanja« (Walmsley in Johnson, 2003; Nind *et al.*, 2016). Vključujoče raziskovanje je raziskovalni pristop, razvit kot odziv na tradicionalne pristope, ki na posameznike z invalidnostmi gledajo izključno kot na »predmete preučevanja«. Glavni cilj tega pristopa je izboljšati kakovost življenja oseb z invalidnostmi tako, da jih vključimo v izbiro raziskovalnih tem in, kar je najpomembnejše, prepoznamo njihove izkušnje in doživljanje kot ključne za oblikovanje zaključkov.

Za zbiranje spletnih podatkov smo uporabili dve metodi:

- razširjanje vprašalnika prek sponzoriranih oglasov na kanalih Meta;
- razdeljevanje vprašalnika izbranim lokalnim deležnikom.

Najprej smo s pomočjo strokovnjakov za spletno trženje na Facebook kanalu Quolity objavili promocijska oglasna sporočila za razširjanje vprašalnika. Nato smo v drugem koraku stopili v stik z naslednjimi deležniki:

- Associazione Nazionale di Famiglie e Persone con disabilità intellettive e disturbi del neurosviluppo – Monfalcone;
- Cooperativa Arte & Libro – Udine;
- Cooperativa Futura – San Vito al Tagliamento;
- Cooperativa Hattivalab – Udine;
- Cooperativa Il Piccolo Principe – Casarsa della Delizia;
- Cooperativa Quercia Ambiente – Muggia;
- CEST - Centro Educazione Speciale Trieste;
- Ente Nazionale Sordi, Consiglio regionale del Friuli Venezia Giulia;
- Ente Nazionale per gli Sport Inclusivi, Sezione territoriale Friuli Venezia Giulia.

Zbiranje podatkov je potekalo med septembrom 2024 in februarjem 2025, izpolnjenih je bilo 405 vprašalnikov. Poleg tega je bila za namene raziskave opravljena analiza najpogostejše uporabljenih digitalnih platform za spletno izpolnjevanje vprašalnikov. Preučene so bile naslednje platforme: Google Forms, Monkey Survey in EU-Survey, storitev Evropske unije za upravljanje spletnih anket. Izbrana je bila EU-Survey zaradi kredibilnosti, skladnosti z GDPR, večjezičnih funkcionalnosti ter razmerja med stroški in koristmi izbire. Žal je pri uporabi platforme prihajalo do kritičnih težav, vključno s pogostimi prekinitvami storitev zaradi vzdrževanja s strani administratorja, pomanjkanjem samodejnega prilagajanja jezika glede na geografsko lokacijo uporabnika in uporabniškim vmesnikom, ki ni bil zelo uporabniku prijazen ali prilagodljiv. V nadaljevanju je bil vprašalnik digitaliziran, izvedene so bile potrebne

konfiguracije za administrativne metode, nato pa je bil ponujen v vseh treh projektnih jezikih: italijanščini, slovenščini in angleščini.

Poslednji metodološki izziv je bila izbira asinhrona digitalne metode, predvsem zaradi potrebe po dostopnosti in čim širšega razširjanja. Vendar pa je to postavilo pomembno metodološko omejitev: izvajalci niso mogli preverjati dejanske identitete anketiranca. Ni bilo mogoče ugotoviti, ali je vprašalnik izpolnila neposredno invalidna oseba ali posrednik (družinski član, negovalec, izvajalec). Ta problem je skupen vsem nenadzorovano izpolnjevanim spletnim anketam, vendar v našem primeru zaradi značilnosti anketirancev predstavlja dodatne izzive. Lahko privede do pristranskosti, saj je morda odgovarjal pooblaščenec, kar pa sistematično izkrivlja podatke, saj je možno, da ti posredniki svoje lastne predstave ali interpretacije projicirajo na izkušnje drugih (Elliott *et al.*, 2008; Beatty in Willis, 2007). Z epistemološkega vidika se ustvari možnost dvoumnosti za analizo, ki poziva k razmisleku o pripisovanju epistemološkega delovanja v okviru procesa odzivanja (Mol, 2002). Iz teh razlogov je treba zbrane podatke interpretirati v luči potencialne heterogenosti odgovorov, kar lahko pomembno vpliva na analizo subjektivnih dimenzij, kot so pričakovanja, zadovoljstvo in dojete potrebe. Na tej točki je treba omeniti, da se pričakovanja, zadovoljstva in dojete potrebe oseb z invalidnostmi pogosto skladajo s tistimi od posrednikov (ki so v večini primerov skrbniki in družinski člani), saj pogosto skupaj doživljajo situacije, se skupaj soočajo z izzivi in delijo cilje. V prihodnje bi bilo morda koristno uvesti identifikacijsko vprašanje v zvezi z anketirancem (npr. »Ali ste ta vprašalnik izpolnili sami ali je to storil nekdo drug za vas?«), da se doda dodaten element za analizo in interpretacijo podatkov.

Z različico slogana organizacije ANFFAS (italijansko nacionalno združenje družin in ljudi z kognitivnimi okvarami ter nevrolško-razvojnimi motnjami), »Nič o nas brez nas«¹ lahko zaključimo, da je naš raziskovalni cilj v skladu s principi vključujočega raziskovanja ustrezal sloganu: »Nobeno mnenje o nas brez nas.«

EU Survey

Save a backup on your local computer (disable if you are using a public/shared computer)

DATIS_Questionnaire

Interreg Italia-Slovenija Co-funded by the European Union

Survey on
DIGITAL FRONTIERS AND ACCESSIBLE TOURISM

Dear Madam/Sir,
The University of Trieste, the Union of the Blind and Partially sighted of Slovenia and the consortium Il Mosaico, within a cross-border Interreg Italy-Slovenia project – led by Belettrina Academic Press and with partners PromoTurismoFVG and Nova Gorica and Vipava Valley Tourist Board – ask for your participation in a survey on the behaviour and expectations in organising and living a tourist experience.

Views
[Standard](#) [Accessibility Mode](#)

Languages
English

Contact
info@quollity.eu

Save as Draft

Last saved on
26/11/2024 21:30:51

[Report abuse](#)

¹ ANFFAS Onlus, Non scrivete su di noi senza di noi. Coinvolgere persone con disabilità intellettiva nella scrittura di testi facili da leggere e da capire, Inclusion Europe, Bruxelles, 2009.
[https://www.anffas.net/dld/files/NON_SCRIVETE_SU_DI_NOI_SENZA_DI_NOI\(1\).pdf](https://www.anffas.net/dld/files/NON_SCRIVETE_SU_DI_NOI_SENZA_DI_NOI(1).pdf)

Quolity.
Sponsorizzato · 

La tua fragilità o quella dei tuoi cari ti condiziona quando programmi un viaggio o un'escursione? ... [continua a leggere](#)



ec.europa.eu/eusurvey/datis
Viaggiare per te è davvero accessibile?...

Scopri di più

 Mi piace  Commenta  Condividi

Instagram

Quolity.
Sponsorizzato



Scopri di più

La tua fragilità o quella dei tuoi cari ti condiziona quando programmi un viaggio o un'escursione?... [more](#)





I.2. Značilnosti vzorca

Vzorec vključuje 405 anketirancev, ki so skoraj enakomerno razporejeni po spolu.

Preg. 1. Spol (%)

<i>Moški</i>	51,4	
<i>Ženske</i>	48,6	

Razporeditev po starosti razkriva širok in dober razpon. Podatki so uspeli zajeti velik delež (več kot 35 %) ljudi srednjih let (55–64, 15 %) in starejših ljudi (65 ali več, 20 %).

Preg. 2. Starost (%)

<i>18–34</i>	26,9	
<i>35–54</i>	37,8	
<i>55 ali več</i>	35,3	

Poleg tega je raziskava uspela doseči sorazmerno porazdelitev anketirancev glede na njihovo prebivališče (Slovenija 52 % in Italija 48 %).

Preg. 3. Država bivanja (%)

<i>Slovenija</i>	52,3	
<i>Italija</i>	47,7	

Izobrazbena raven je pretežno na ravni srednje šole (61 %), čeprav ima pomemben delež oseb univerzitetno izobrazbo (22 %).

Tab. 4. Dosežena izobrazba (%)

<i>Osnovnošolska</i>	15,6	
<i>Srednješolska</i>	60,5	
<i>Višje/visokošolska/univerzitetna</i>	21,5	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	2,5	

Glede zaposlenosti je približno tretjina anketirancev ekonomsko aktivnih/zaposlenih (34 %), preostali pa so študenti (približno 8 %), gospodinje in upokojenci (več kot 33 %) ter nezaposleni (skoraj 24 %).

Preg. 5. Zaposlitveni status (%)

Nezaposlen	23,7	
Študent	7,7	
Gospodinjec, upokojenec	33,3	
Zaposlen v zasebnem sektorju	15,8	
Zaposlen v javnem sektorju	14,8	
Samozaposlen	3,0	
Raje ne bi odgovoril	1,7	

Približno 15 % anketirancev živi samostojno/neodvisno, ostali pa večinoma živijo s starši (skoraj tretjina), drugimi družinskimi člani (23 %) ali s partnerjem (približno 19 %).

Preg. 6. S kom živite? (%)

Živim sam	14,6	
Živim s starši	33,3	
Živim z drugimi družinskimi člani	23,0	
Živim s partnerjem	18,8	
Živim s prijateljem/prijatelji	1,2	
Živim z drugimi v nastanitvenem centru	7,7	
Drugo	,7	
Raje ne bi odgovoril	,7	

Podatki kažejo, da je potreba po pomoči pomemben faktor tako pri odločanju o vsakdanjih aktivnostih doma/prostočasnih aktivnostih kot tudi v študijskih in delovnih kontekstih. Za dejavnosti doma in v prostem času je le okoli 12 % anketirancev navedlo, da nikoli ne potrebujejo pomoči, medtem ko jih za študijske ali delovne naloge približno 22 % deluje povsem samostojno.

Ti rezultati kažejo, da čeprav del vzorca opravlja dejavnosti brez zunanje pomoči, znaten delež vendarle potrebuje pomoč. To samo po sebi potrjuje pomembnost razvoja vključujočih praks in podpornih storitev.

Preg. 7. Ali potrebujete pomoč pri izvajanju dejavnosti na domu in v prostem času? (%)

Nikoli	12,1	
Redko	41,0	
Pogosto	24,4	
Vedno	21,5	
Raje ne bi odgovoril	1,0	

Preg. 8. Ali potrebujete pomoč pri izvajanju študijskih in/ali delovnih dejavnosti? (%)

<i>Nikoli</i>	21,7	
<i>Redko</i>	38,0	
<i>Pogosto</i>	19,0	
<i>Vedno</i>	19,5	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,7	

Z zbiranjem podatkov je bil dosežen razpon različnih vrst invalidnosti. Ti rezultati poudarjajo potrebo po večstranskem pristopu k dostopnosti, ki upošteva širok spekter invalidnosti.

Preg. 9. Kako bi opredelili svojo invalidnost? (%)

<i>Senzorna okvara</i>	41,7	
<i>Kognitivna ali razvojna motnja in težave pri komuniciranju</i>	31,9	
<i>Gibalna oviranost</i>	12,8	
<i>Moja oviranost je posledica starosti</i>	11,6	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	2,0	

Preglednica 9 ponuja jasen, agregiran prikaz, kako anketiranci opredeljujejo svojo invalidnost, pri čemer so bile bolj razpršene kategorije združene v štiri glavne kategorije. Približno 42 % anketirancev spada v kategorijo »Senzorna okvara«, ki povečini sestavlja osebe z motnjo ali okvaro vida – 156 anketirancev – ter manjšo skupino 13 anketirancev z motnjo ali okvaro sluha. 32 % anketirancev spada v kategorijo »Kognitivna ali razvojna motnja in težave pri komuniciranju«. V to kategorijo spadajo tisti, ki so označili kognitivne ali razvojne motnje (103 anketirancev) ter tiste s težavami pri komuniciranju (24 anketirancev). Ta skupina predstavlja pomemben delež vzorca, ki se sooča z izzivi v obdelovanju in posredovanju informacij, kar lahko močno vpliva na njihovo vsakodnevno delovanje in potovalne izkušnje. Poleg tega 13 % anketirancev poroča o »Gibalni oviranosti«, kar vključuje težave z gibanjem in motoričnimi spretnostmi. Še 12 % anketirancev pa je označilo »Moja oviranost je posledica starosti«, kar vključuje ranljivosti, primarno povezane s starostjo.

I.3. Družbeno vključujoč in odgovorni turizem

Turizem posameznikom nudi priložnost, da se povezujejo z drugimi, sodelujejo v kulturni izmenjavi ter osebno rastejo. Dostopni turizem ljudem z invalidnostjo pomaga zmanjšati osamljenost in spodbuja aktivno sodelovanje v družabnem življenju. Z zagotavljanjem enakega dostopa do destinacij, dejavnosti in doživetij dostopni turizem ustvarja okolje, v katerem se lahko vsi posamezniki počutijo cenjene, spoštovane in vključene. S pomočjo vključujočih potovalnih izkušenj lahko različne skupine pridejo v stik druga z drugo, kar odpravlja stereotipe ter gradi empatijo in razumevanje. Ta medsebojna izmenjava koristi tako potnikom kot skupnostim, ki jih obiščejo, kar vodi k večjemu sprejemanju in spoštovanju raznolikosti. Ta sklop poudarja značilnosti povpraševanja v zvezi s turistično-kulturno ponudbo za ranljive skupine.

Potovanje je osrednjega pomena v življenjih anketirancev, saj jih je 56 % potovanje in počitnice ocenilo kot zelo pomembno. Tako velik delež izražene pomembnosti nakazuje ne le želje po prostemu času, temveč tudi prepoznava potovanje kot način za izboljšanje dobrobiti.

Preg. 10. Kako pomembna so za vas potovanja in počitnice? (%)

<i>Popolnoma nepomembna</i>	1,2
<i>Manj pomembna</i>	7,7
<i>Zmerno pomembna</i>	34,6
<i>Zelo pomembna</i>	56,3
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	,2

Razlogi za potovanje so raznoliki, najpogostejše pa so povezani z duševnim in telesnim počutjem »Ker dobro vpliva na moje psihično in fizično počutje« (72 % anketirancev), kar kaže na pomembne psihološke prednosti potovanja. Drugih 30 % odgovarja, da potovanje spodbuja neodvisnost in krepi samopodobo, medtem ko 27 % označuje, da potovanje igra ključno vlogo pri preganjanju občutka osamljenosti. Nekateri drugi razlogi vključujejo razmišljanje o mnogih novih stvareh (22 %), prilagajanje na različne situacije (14 %) in premagovanje lastnih omejitev (16 %). Ti raznoliki odzivi kažejo, da je potovanje močan katalizator za osebno rast, socialne vezi in krepitev samozavesti.

Preg. 11. Če so za vas pomembna, utemeljite, zakaj? (% anketirancev*)

<i>Ker dobro vpliva na moje psihično in fizično počutje</i>	71,5
<i>Ker spodbuja mojo neodvisnost in krepi mojo samopodobo</i>	30,0
<i>Ker mi pomaga preganjati občutek osamljenosti</i>	26,7
<i>Ker mi pomaga razmišljati o mnogih novih stvareh</i>	22,2
<i>Ker mi pomaga sklepati nova poznanstva</i>	19,9
<i>Ker izboljšuje moje poznavanje kultur</i>	19,6

<i>Ker mi pomaga premagovati lastne omejitve</i>	15,6	
<i>Ker mi pomaga pri prilagajanju na različne situacije</i>	14,1	
<i>Ker spodbuja mojo ustvarjalnost</i>	9,3	
<i>Ker mi omogoča izkušnjo različnih načinov dostopnosti (digitalno, spletno, fizično)</i>	5,3	
<i>Ker v širšem okoli dviguje raven zavedanja o vprašanjih invalidnosti</i>	3,3	
<i>Ker podpira tiste, ki cenijo dostopnost</i>	1,3	
<i>Drugo</i>	0,5	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

Poleg internih motivacij za potovanje anketa nakazuje tudi jasne trende med anketiranci glede preferenc in družbenih vidikov potovanj. Podatki razkrivajo, da je glavno gonilo za potovanja želja ne le po kakovostnem preživljanju prostega časa, temveč tudi po bogatem družabnem življenju in kulturnih doživetjih. Na splošno je najpogostejša dejavnost »Zabava s prijatelji in družino«, kar je poudarilo več kot pol anketirancev (56 % anketirancev). Ta močan družbeni element kaže, da so potovanja primarno namenjena povezovanju z drugimi in uživanju skupaj.

Prav tako pomembna je potreba po sprostitvi in prostemu času. Približno 40 % anketirancev je označilo »Uživanje prostega časa«, torej jim potovanje omogoča prepotreben umik od dnevnih rutin in ta čas porabijo za sprostitev in počitek.

Visoko cenjene so tudi izkušnje, ki popotnike približajo lokalni kulturi in naravnemu okolju. Okoli 35 % anketirancev je poudarilo »Odkrivanje narave«, 26 % pa »Spoznavanje zgodovine in kulture«. Tudi poglobitev v lokalno okolje (25 %) in uživanje v lokalni hrani in pijači (33 %) sta ključna elementa, ki obogatita potovalno izkušnjo in doprineseta globlji občutek lokalitete in avtentičnosti.

Skupaj te ugotovitve kažejo, da je kljub pomembnim psihološkim in družbenim prednostim potovanj, ki spodbujajo samozavest, zmanjšujejo osamljenost ter izboljšujejo blagostanje, zmožnost celostnega doživljanja teh prednosti odvisno predvsem o dostopnosti prilagojenih podpornih storitev. Dostopni turizem mora potemtakem upoštevati tako čustvene motivacije za potovanje kot tudi praktične izzive, s katerimi se soočajo posamezniki z invalidnostmi, da se vsem potnikom zagotovijo bogate, vključujoče potovalne izkušnje brez večjih ovir.

Preg. 12. Katere dejavnosti imate med potovanjem najraje? (% anketirancev *)

<i>Zabava s prijatelji in družino</i>	56,2	
<i>Uživanje prostega časa</i>	40,3	
<i>Odkrivanje narave</i>	35,4	
<i>Uživanje v lokalni hrani in pijači</i>	33,2	
<i>Spoznavanje zgodovine in kulture</i>	26,2	
<i>Poglobitev v lokalno okolje</i>	24,8	
<i>Ukvarjanje s športom in rekreacijo</i>	8,7	
<i>Drugi</i>	0,7	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

Rezultati odražajo očitno preferenco za obalne in obmorske destinacije, saj je skoraj 60 % anketirancev izbralo tovrstno okolje, kar morda odraža tudi najenostavnejšo dostopnost teh destinacij.

Preg. 13. Katera je vaša najljubša turistična destinacija? (%)

<i>Obalne in obmorske destinacije</i>	59,8	
<i>Planinske destinacije (gore, hribi)</i>	15,6	
<i>Urbane destinacije</i>	15,1	
<i>Podeželje</i>	7,4	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	2,2	

Podatki razkrivajo zmerno frekvenco potovanj, saj se 73 % anketirancev na počitnice ali izlete odpravi nekajkrat na leto, le majhen delež (6 %) pa potuje skoraj vsak mesec. To nakazuje, da je potovanje sicer prisoten del njihovih življenj, a ga je večinoma potrebno načrtovati znotraj obvladljivih okvirjev.

Tab. 14. Kolikokrat na leto se odpravite na počitnice ali izlete? (%)

<i>Nikoli</i>	2,7	
<i>Manj kot enkrat letno</i>	4,4	
<i>Nekajkrat na leto</i>	73,3	
<i>Skoraj vsak mesec</i>	5,9	
<i>Večkrat na leto</i>	12,8	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	,7	

Kar se tiče trajanja potovanj, večina anketirancev preživi med 4 in 7 dni na potovanjih (44 %), pomemben delež (25 %) pa ima počitnice, ki trajajo med 8 in 14 dni. Ti vzorci kažejo na enakomerno razporejenost med kratkimi, pogostimi oddihi ter občasnimi daljšimi počitnicami.

Tab. 15. Koliko dni skupaj so trajale vaše zadnje počitnice? (%)

1 dan	4,4	
2–3 dni	18,8	
4–7 dni	43,7	
8–14 dni	25,4	
15 dni ali več	6,2	
Raje ne bi odgovoril	1,5	

Izbrane oblike nastanitve nadalje razkrivajo preference anketirancev ter tudi njihove praktične potrebe. Najpogosteje izbrana možnost so bili hoteli z 1 do 3 zvezdicami, ki jo je izbralo 35 % anketirancev, kar kaže njihovo željo po cenovno ugodni in dostopni namestitvi. Lastne ali najete nastanitve je izbralo približno 20 % anketirancev, 17 % pa je izbralo nastanitvene objekte v lasti društva/združenja/lokalne skupnosti. Manj pogosto izbrani so bili hoteli s 4 do 5 zvezdicami, namestitve z zajtrkom, bivanje pri prijateljih ali sorodnikih ter bivanje v kmečkem turizmu/kampu. Odgovori nakazujejo, da sta dostopnost in cenovna ugodnost ključna elementa, saj anketiranci cenijo nastanitve, ki zadostijo njihovim specifičnim potrebam in udobju.

Tab. 16. V kakšni obliki namestitve največkrat bivate med dopustom? (%)

V lastni ali najeti nastanitvi	20,2	
Pri prijateljih ali sorodnikih	5,4	
V hotelu z 1 do 3 zvezdicami	35,1	
V hotelu s 4 do 5 zvezdicami	8,4	
V namestitvah z zajtrkom	9,6	
V kmečkem turizmu/kampu	2,2	
V nastanitvenih objektih v lasti društva/združenja/lokalne skupnosti	17,0	
Raje ne bi odgovoril	2,0	

Potovanje je za večino anketirancev po naravi družabna izkušnja oziroma izkušnja, pri kateri potrebujejo pomoč. Analiza velikosti skupin kaže, da večina posameznikov običajno potuje v majhnih skupinah (pogosto v skupinah od 2 do 3 oseb), kar lahko nakazuje na intimnost ter enostavnost usklajevanja in podpore.

Preg. 17. S koliko osebami običajno dopustujete, potujete (vključno z vami)? (%)

1	5,2	
2	24,7	
3	26,9	
4 do 9	32,3	
Več kot 10	10,9	

Sestava skupin za potovanja razkriva, da večina anketirancev (58 %) potuje s partnerjem ali družinskimi člani. Dodatnih 14 % potuje s prijatelji ali sodelavci, skoraj 19 % pa se udeležuje organiziranih skupinskih izletov (npr. v organizaciji društev). Le majhen delež anketirancev (4 %) potuje sam.

Preg. 18. S kom običajno potujete? (%)

<i>Sam</i>	4,0	
<i>S partnerjem ali družinskimi člani</i>	58,3	
<i>S prijatelji ali sodelavci</i>	14,3	
<i>S skupino ljudi (združenje, društvo)</i>	19,0	
<i>S skupino ljudi (župnija)</i>	1,0	
<i>Drugo</i>	1,0	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	2,5	

Podatki in rezultati iz tega razdelka razkrivajo, da družbeno vključujoč turizem pomeni več kot le dostopne storitve in infrastrukturo: ima moč preobrazbe, ki vodi v osebno rast, kulturno izmenjavo in družbeno povezovanje. Večina anketirancev poudarja pomembnost potovanja, saj ga 56 % ocenjuje kot zelo pomembnega, to pa odraža tako njihovo željo po prostem času kot tudi dejstvo, da potovanje ključno prispeva k duševnemu in telesnemu blagostanju. Motivacije za dopustovanje so mnogotere: od izboljšanja samopodobe in preprečevanja osamljenosti do spodbujanja ustvarjalnosti in širjenja kulturnih obzorij. Te ugotovitve nakazujejo, da je lahko potovanje močan katalizator za osebno opolnomočenje in družbeno integracijo.

Nadalje preference v zvezi s potovalnimi aktivnostmi in izbiro destinacij potrjujejo stališče, da vključujoč turizem temelji na povezovanju. Močan poudarek na preživljanju časa s prijatelji in družino, skupaj z željo po potopitvi v lokalno okolje – bodisi z uživanjem lokalne hrane in pijače, doživljanjem narave ali spoznavanjem zgodovine in kulture – kaže, da potovanja ponujajo pomembne priložnosti za družbeno interakcijo in kulturno bogatitev. Te preference skupaj z zmerno pogostostjo potovanj in uravnoveženim pristopom k trajanju dopusta kažejo, da mnogi potniki iščejo izkušnje, ki so obvladljive in hkrati globoko izpolnjujoče.

Tudi izbrane vrste nastavitve ter sestava potovalnih skupin odražajo povezane družbene dinamike. Najpogostejša izbira cenovno ugodne in dostopne nastavitve skupaj z odgovorom, da anketiranci najpogosteje potujejo s partnerji, družinskimi člani ali organiziranimi skupinami, odraža njihovo željo na eni strani po samostojnosti, po drugi strani pa po podpornih družbenih omrežjih. Takšna kombinacija avtonomije in družbine izboljša potovalno izkušnjo, poleg tega pa tudi utrjuje in potrjuje splošne cilje dostopnega turizma, ki je vsakemu popotniku ne glede na njegove zmožnosti nuditi izpopolnjujoč dopust brez ovir.

Če povzamemo, predstavljeni podatki potrjujejo, da je socialno vključujoč turizem ključni element pravičnega potovalnega okolja. Z odpravljanjem fizičnih in komunikacijskih ovir ter sprejemanjem različnih motivacij in izkušenj potovanja dostopni turizem izboljšuje kakovost življenja posameznikov z invalidnostmi, obenem

pa širi kulturno razumevanje in socialno kohezijo. Ta celostni pristop na koncu turizem predrugači v univerzalno pravico, ki vsem ljudem omogoča raziskovanje, povezovanje in razvoj.

Še ena tema zadeva odgovorni turizem, koncept, ki v ospredje potovalnih in turističnih dejavnosti postavlja etične prakse, trajnost in spoštovanje lokalnih kultur in okolja. Njegov cilj je zmanjšati negativne vplive turizma in hkrati povečati njegove koristi za lokalne skupnosti, gospodarstva in ekosisteme. V svetu, kjer množični turizem pogosto vodi do pretiranega turizma, degradacije okolja in komodifikacije kulture, se je odgovorni turizem pojavil kot ključni pristop za zagotavljanje, da potovanja ostanejo pozitivna sila na globalni ravni. Odgovorni turizem in dostopni turizem sta povezana s skupno zavezanostjo k vključevanju, trajnosti in etičnim praksam. Ti pristopi zagotavljajo, da turizem ni le gonilo gospodarske rasti, temveč tudi gonilo socialne enakosti in skrbi za okolje. Destinacije, ki dajejo prednost odgovornemu in dostopnemu turizmu, ustvarjajo priložnosti, da se lahko vsi smiselno udeležijo potovanj, hkrati pa spoštujejo planet in njegove prebivalce.

Čeprav se večina potnikov v določeni meri zaveda vpliva svojih odločitev na okolje, je še vedno veliko prostora za povečanje ozaveščenosti in zavezanosti k trajnostnim praksam v turizmu. To je razvidno iz spodnje tabele.

Preg. 19. Ali ste pri izbiri destinacije, prevoznega sredstva, namestitve ali same turistične storitve pozorni na vpliv, ki bi ga lahko imeli na okolje? (%)

<i>Nikoli</i>	32,8	
<i>Včasih</i>	54,1	
<i>Vedno</i>	10,6	
<i>Vedno, saj sem pripravljen porabiti več, da zmanjšam svoj ogljični odtis</i>	1,2	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,2	

K trajnosti je mogoče pristopati tudi z upoštevanjem ocen in mnenj tistih, ki jih neposredno zadevajo politike, namenjene njihovem blagostanju, kar bi lahko pripeljalo do sprememb v razumevanju strokovne literature in strokovnjakov ter oblikovanju politik.

Podatki kažejo široko soglasje ranljivih posameznikov glede nekaterih ključnih področij, ki bi po izboljšala turistične izkušnje.

- *Fizična dostopnost*: glavni izziv je odpravljanje arhitekturnih ovir, nameščanje klančin in dvigal (tudi za električne invalidske vozičke), zagotavljanje dostopnih sanitarij ter uporaba taktilnih ali visokokontrastnih oznak na stopnicah. Mnogi anketiranci so poudarili, da morajo nastanitve ali javni prostori, označeni z »dostopno«, resnično zadoščati potrebnim standardom.
- *Izobraževanje osebja/storitve*: skoraj tako pogosti so bili predlogi za boljše izobraževanje in večje zavedanje med delavci v turizmu. Anketiranci so izpostavili potrebo po spoštljivih, potrpežljivih in veščih odnosih s strankami, posebno s

posamezniki z vidnimi, slušnimi ali kognitivnimi okvarami. Predlagali so tudi specializirano pomoč na letališčih, železniških postajah in v hotelih.

- *Informacije & komunikacija*: veliko komentarjev je poudarjalo potrebo po jasnejših oznakah, tiskovinah z velikim tiskom ali brajico ter dostopnejših spletnih straneh in aplikacijah. To vključuje orodja za usmerjanje v realnem času na letališčih ali v mestih, da se lahko popotniki samostojno premikajo v prostoru, brez da bi se morali zanašati na druge.
- *Politike/finančna*: nekateri anketiranci so pozvali za strožje uveljavljanje predpisov o dostopnosti ter po finančni podpori (npr. nižje cene ali subvencije). Omenili so tudi zavajajoče trditve o namestitvah, »dostopnih z invalidskim vozičkom«, ki bi jih bilo treba sankcionirati, ter da cenovne omejitve mnogim preprečujejo potovanje.
- *Transport in velikost skupine*: četudi manj pogosto, je več anketirancev pozvalo po boljšemu javnemu prevozu (npr. odstranjevanje trženjskih vsebin na avtobusnih oknih, nudenje informacij v realnem času, boljša asistenca na letališču). Drugi so poudarili, da vodeni ogledi v manjših skupinah slabovidnim osebam omogočajo, da lahko lažje sledijo in se sporazumevajo z vodiči.

Po natančnejšem pregledu se zdi, da se na strani povpraševanja po dostopnih vsebinah pojavljajo težave, ki zahtevajo ukrepe, ki so delno že izvedeni ali so v pripravi. Programi usposabljanja za osebje, nadgradnja infrastrukture, izboljšana signalizacija, sodelovanje z organizacijami za invalide in strožje nadzorovano izvrševanje standardov dostopnosti morajo biti v celoti izvedeni, da se zadovoljijo potrebe anketirancev.

I.4. Kulturni in družbeni izzivi

Premagovanje fizičnih in komunikacijskih ovir je ključnega pomena za turistično destinacijo, ki želi spodbujati dostopni turizem in spodbujati kulturne in družbene spremembe. Dostopnost zagotavlja, da lahko vsi posamezniki, ne glede na sposobnosti, uživajo v potovalnih izkušnjah, kar spodbuja vključenost in enakost. Z odstranjevanjem fizičnih ovir (npr. klančine, dvigala) in komunikacijskih ovir (npr. napisi v brajici, podporne tehnologije) destinacije pritegnejo širše občinstvo, obenem pa so zgled spoštovanja in sočutja. Ta vključenost spodbuja kulturni premik, v katerem je raznolikost prepoznana kot prednost, hkrati pa socialno opolnomoči marginalizirane skupine, da polno sodelujejo v družbi, s čimer prispeva k bolj pravičnemu in povezanemu svetu.

Ta razdelek poudarja, kako pomembno je odpravljati ovire, tako fizične kot komunikacijske. Ovire vplivajo na socialne razmere, integracijo in izzive za izpolnjujoče življenje, kar lahko privede do sprememb v okusih in odločanju.

Anketiranci so odgovarjali tudi na vprašanja o izkušnjah z javnim prometom ali mednarodnim transportom z letali, vlakom in avtobusom. Podatki razkrivajo mešano sliko: medtem ko približno tretjina anketirancev navaja, da nikoli ni imela težav, se znaten delež sooča z izzivi. Skoraj 38 % jih navaja, da se redko srečujejo s težavami, vendar pa se približno 25 % pogosto spopada z dostopnostjo med potovanji, majhen delež (3 %) pa se vedno srečuje s težavami. Ti podatki kažejo, da se mnogi potniki znajdejo brez stalnih ovir, vseeno pa obstaja znaten delež, za katerega dostopnost prevoza ostaja ponavljajoč se izziv. Kaže se potreba po izboljšani infrastrukturi in boljših sistemih podpore v javnem prevozu, da se lahko dosledno zadovoljijo potrebe posameznikov s posebnimi potrebami.

Preg. 20. Ste imeli kdaj slabe izkušnje pri uporabi domačega ali mednarodnega javnega prevoza (letalo, vlak, avtobus ...)? (%)

<i>Nikoli</i>	32,8	
<i>Redko</i>	38,3	
<i>Pogosto</i>	24,9	
<i>Vedno</i>	2,5	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,5	

Podatki z več odgovori ponujajo globlji vpogled v posebne izzive, s katerimi se srečujejo v javnem prometu. Najpogostejše navedena težava je branje znakov, informacijskih tabel in zemljevidov, kar je navedlo skoraj 20 % anketirancev. Tesno za tem sledijo težave, ki izhajajo iz neoznačenih fizičnih ovir ali slabo osvetljenih območij, kar je navedlo skoraj 19 % anketirancev. Poleg tega anketiranci poudarjajo pomanjkanje usposobljenega osebja za znakovni jezik in odsotnost podporne tehnologije, kar dodatno ovira učinkovito komunikacijo v prometnem okolju. Dodatne skrbi vključujejo odvisnost od video/avdio alarmov, za katere ni alternative, stres in

preobremenitev čutov v gnečah ali hrupnih okoljih ter nepričakovane spremembe urnika. Iz odgovorov lahko zaključimo, da dostopnost prevoza ne pomeni le fizičnega dostopa, ampak tudi zagotavljanje jasne komunikacije in podpornega okolja skozi celoten proces potovanja.

Preg. 21. Kakšne so bile vaše slabe izkušnje? (% anketirancev *)

<i>Težave pri branju oznak, informativnih tabel in zemljevidov</i>	44,7	
<i>Neoznačene fizične ovire ali slabo osvetljena območja</i>	42,5	
<i>Stres in senzorična preobremenjenost (gneča, hrupno okolje itd.)</i>	21,8	
<i>Zapleteno, nepredvidljivo podane informacije</i>	19,5	
<i>Nenadne spremembe v programu ali zamude z izvajanjem programa</i>	19,2	
<i>Pomanjkanje osebja, ki je na voljo za pomoč</i>	18,8	
<i>Informacije so bile na voljo le v zvočni ali vizualni obliki brez nadomestnega besedila</i>	15,0	
<i>Pomanjkanje ali neustreznost ramp, klančin ali dostopnih vozil</i>	13,5	
<i>Pomanjkanje usposobljenega osebja za tolmačenje znakovnega jezika ali pomanjkanje podporne tehnologije</i>	11,3	
<i>Pomanjkanje ali neustreznost ramp, klančin ali dostopnih vozil</i>	7,9	
<i>Pomanjkanje parkirnega prostora za invalide</i>	6,8	
<i>Omejenost na izključno video alarme, brez nadomestnih avdio signalov</i>	4,5	
<i>Drugo</i>	1,5	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

Vprašanje o nastanitvah preučuje, ali se popotniki srečujejo s težavami z dostopnostjo v nastanitvenih objektih, kot so hoteli ali počitniški objekti. Podatki kažejo, da približno ena četrtna (24 %) anketirancev nikdar ne naleti na težave z dostopnostjo v nastanitvah. Po drugi strani pa jih skoraj polovica (48 %) poroča, da se takšne težave redko pojavljajo, še ena četrtna (24 %) pa se pogosto sooča s težavami, majhen delež (0,5 %) pa se vedno sooča s težavami. Takšno nihanje nakazuje, da mnogi nastanitveni objekti sicer zadoščajo standardom dostopnosti, veliko število potnikov pa se občasno sooča z ovirami, ki lahko skazijo njihovo splošno potovalno izkušnjo. Te ugotovitve potrjujejo, kako pomembni so dosledni in zanesljivi ukrepi za dostopnost v gostinstvu in turizmu, da lahko vsak gost uživa v bivanju brez ovir.

Preg. 22. Ste med potovanjem naleteli kdaj na težave z dostopnostjo v nastanitvenih objektih (hotelih, sobah, apartmajih itd.)?

<i>Nikoli</i>	24,2	
<i>Redko</i>	48,4	
<i>Pogosto</i>	24,2	
<i>Vedno</i>	,5	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	2,7	

Rezultati odgovorov razkrivajo specifične izzive v nastanitvenih objektih. Neizpolnjenost osvetlitev je pomembna težava, saj jo tretjina anketirancev navaja kot oviro, ki otežuje orientacijo in varnost. Enako pomembna je odsotnost brajice ali taktilnih oznak in nezvočnih navodil, kar je navedlo skoraj 28 % anketirancev. Te pomanjkljivosti v komunikacijskih pripomočkih odražajo širšo težavo: bistvene informacije niso podane v dostopnih oblikah. Anketiranci poudarjajo tudi pomanjkanje usposobljenega osebja, ki bi lahko pomagalo posameznikom s posebnimi potrebami, ter zaplete, ki izhajajo iz zapletenih navodil za uporabo storitev. Drugi izzivi vključujejo fizično nedostopnost – na primer sobe in kopalnice, ki niso prilagojene za uporabo invalidskih vozičkov – in pomanjkanje dostopnih objektov, kot so rezervirana parkirna mesta v bližini vhodov. Na splošno te težave kažejo, da je za zagotovitev resnične dostopnosti v nastanitvenih objektih treba obravnavati tako fizično infrastrukturo kot komunikacijske elemente, da se ustvari okolje, v katerem se lahko vsi gosti počutijo varne in podprte.

Preg. 23. Kakšne so te težave? (% anketirancev *)

<i>Neizpolnjenost osvetlitev</i>	30,3	
<i>Pomanjkanje brajevih ali taktilnih oznak ter zvočnih navodil in usmeritev</i>	27,9	
<i>Hotelska prehranska ponudba neprilagojena osebam s posebnimi prehranskimi potrebami</i>	27,6	
<i>Pomanjkanje usposobljenega osebja</i>	25,6	
<i>Kompleksna navodila za uporabo storitev</i>	22,2	
<i>Senzorična preobremenitev (hrup, gneča itd.)</i>	21,9	
<i>Kompleksni in preveliki nastanitveni objekti</i>	18,9	
<i>Fizična nedostopnost sobe, hotelskih prostorov</i>	13,1	
<i>Pomanjkanje dostopnih mest ali objektov (npr. rezervirana parkirna mesta blizu vhoda)</i>	10,8	
<i>Sobe in kopalnice neprilagojene za uporabnike na vozičkih</i>	9,4	
<i>Odsotnost nadomestnih avdiovizualnih signalov (npr. za zasedenost prostorov itd.)</i>	7,7	
<i>Pomanjkanje osebja za tolmačenje znakovnega jezika in odsotnost podporne tehnologije, pripomočkov</i>	3,4	
<i>Omejen dostop do televizijskih vsebin s podnapisi</i>	3,0	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

I.5. Javno ozaveščanje in izobraževanje

Izobraževanje in ozaveščanje sta ključna za razvoj dostopnega turizma. Z izobraževanjem turističnih delavcev, da razumejo in zadostijo potrebam potnikov z invalidnostmi ali posebnimi potrebami, lahko ustvarimo gostoljubno in vključujoče okolje. Ozaveščanje deležnikov in splošne javnosti širi sočutje, odpravlja predsodke in spodbuja kulturo dostopnosti. Destinacije, ki investirajo v izobraževanje in ozaveščanje, lahko povečajo kapacitete, izboljšajo kakovost storitev in se pozicionirajo kot vključujoči prostori, da bo turizem nekoč temeljna pravica in ne privilegij. V naslednjem razdelku so navedene lastnosti dostopnega turizma.

Dostopni turizem ni obsega le fizične in komunikacijske prilagoditve, temveč tudi dobro obveščene in odzivne ponudnike storitev. V naši raziskavi sklop vprašanj sprašuje po praktičnih potrebah in izkušnjah potnikov, ki potrebujejo posebno pomoč, ustreznosti podpore, ki jo prejema, in njihovi splošni zadovoljnosti s potovanjem.

Pri vprašanju o njihovih potrebah po pomoči na potovanju so anketiranci izrazili mešane odgovore, ki odraža raznolikost njihovih potreb. Približno 22 % potnikov poroča, da nikdar ne potrebujejo pomoči, približno eden od petih (20 %) pa, da pogosto potrebujejo pomoč, približno 23 % pa da vedno potrebujejo posebno pomoč. Dodatnih 34 % poroča, da redko potrebujejo posebno pomoč. Ta razporeditev nakazuje, da je del te populacije sposoben neodvisno navigirati svojo pot, velik delež pa se zanaša na različne ravni pomoči. Podatki jasno kažejo, kako pomembno je zagotoviti robustne, dostopne storitve za pomoč med potovanjem za tiste, ki se nanje zanašajo bodisi občasno bodisi redno.

Preg. 24. Ali potrebujete posebno pomoč med potovanjem? (%)

<i>Nikoli</i>	22,2	
<i>Redko</i>	33,8	
<i>Pogosto</i>	20,2	
<i>Vedno</i>	22,7	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,0	

Preglednica 25 prikazuje točne vrste pomoči, za katere posamezniki z invalidnostmi menijo, da so najbolj kritični za navigacijo njihovih potovanj. Kar 75 % anketirancev poudarja pomembnost prejemanja pomoči pri prevozu, na primer pri organizaciji, vkrcanju, kar odraža ključnost učinkovitih in dostopnih transportnih storitev za neodvisno potovanje. Nadaljnjih 55 % anketirancev poroča o nujnosti pomoči pri nastanitvi, kar vključuje fizični dostop in pomoč pri vsakodnevnih opravilih. Tu se odražajo praktični izzivi, s katerimi se izzivajo nastanitve, ki morajo zadostiti raznolikim potrebam. Velik delež, približno ena tretjina potrebuje tudi pomoč v nujnih primerih in za dostop do informacij, kar kaže, da sta pravočasna podpora in jasna komunikacija ključni sestavini vključujoče potovalne izkušnje. V nasprotju s tem manj anketirancev poroča o potrebi po tehnološki pomoči ali pravni pomoči, kar nakazuje, da so te storitve

dragocene, vseeno pa so neposredne storitve fizične pomoči ter pomoči pri komunikaciji najpomembnejše. Ugotovitve pričajo o potrebnosti celovitega podpornega omrežja, ki obenem naslavlja logistične vidike potovanja in zagotavlja, da so na voljo storitve za informacije in nujne primere, s čimer se izboljša celokupna izkušnja ljudi z invalidnostmi.

Tab. 25. Kakšno vrsto pomoči potrebujete med potovanjem?
(% anketirancev *)

<i>Pomoč pri prevozu (organizacija, vkrcanje, itd.)</i>	74,3	
<i>Pomoč pri nastanitvi (fizični dostop, pomoč pri vsakodnevnih opravilih, itd.)</i>	55,4	
<i>Pomoč v nujnih primerih</i>	31,3	
<i>Pomoč pri dostopu do informacij (zemljevidi, vozni redi, gradivo v brajici, tolmači znakovnega jezika, itd.)</i>	29,3	
<i>Tehnološko pomoč (uporaba pripomočkov podporne tehnologije, itd.)</i>	11,4	
<i>Pravno pomoč (upravljanje z dokumenti, urejanje vize, itd.)</i>	4,6	
<i>Drugo</i>	0,3	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

Vendar je razpoložljivost podpore le del izziva. Na vprašanje, ali so imeli težave pri pridobivanju pomoči, je nekaj več kot polovica anketirancev odgovorila, da nikoli niso imeli nobenih težav. Okoli 35 % je odgovorilo, da redko naletijo na težave, medtem ko je približno 11 % navedlo, da se težave pojavljajo pogosto ali celo vedno. Ti podatki kažejo, da čeprav ima večina potnikov dostop do potrebne pomoči, se znatna manjšina še vedno sooča z ovirami – bodisi zaradi neustreznih protokolov storitev, neusklajene komunikacije ali logističnih pomanjkljivosti. Takšne sporadične težave lahko izhajajo iz neskladij pri izvajanju storitev ali razlik v načinu upravljanja pomoči v različnih prometnih vozliščih in pri različnih ponudnikih storitev.

Preg. 26. Ali ste na potovanju imeli kdaj težave z asistenco? (%)

<i>Nikoli</i>	51,6	
<i>Redko</i>	35,1	
<i>Občasno</i>	8,6	
<i>Vedno</i>	2,2	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	2,5	

Prav tako je pomembno upoštevati pripravljenost in usposobljenost turističnega osebja. 41 % anketirancev meni, da je osebje občasno ustrezno usposobljeno, medtem ko 17 % poroča, da je osebje vedno dobro pripravljeno za pomoč. Nasprotno pa manjši delež (približno 7 %) meni, da osebje ni nikoli ustrezno usposobljeno, približno 32 % pa navaja, da je usposabljanje redko zadostno. Ta razpon odgovorov poudarja, da je veliko potnikov na splošno zadovoljnih z ravno pripravljenosti osebja, vseeno pa je še vedno veliko prostora za izboljšanje. Izboljšani programi

usposabljanja, ki se osredotočajo na specifične potrebe potnikov z invalidnostmi, bi lahko pomagali odpraviti vrzeli, na katere opozarjajo tisti, ki menijo, da sedanji standardi niso dosledno izpolnjeni.

Preg. 27. Ali menite, da je turistično osebje ustrezno usposobljeno za delo z ljudmi z vašo obliko invalidnosti? (%)

<i>Nikoli</i>	6,9	
<i>Redko</i>	31,9	
<i>Občasno</i>	40,5	
<i>Vedno</i>	16,5	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	4,2	

Ta mešana mnenja kažejo na potrebo po izboljšanjem usposabljanju in boljšem izobraževanju strokovnjakov na področju turizma, da bodo lahko vsem potnikom zagotovili zanesljivo in dovezetno podporo.

Spodbudno je, da anketiranci izredno pozitivno ocenjujejo pravično in spoštljivo ravnanje s strani turističnega osebja v medosebnih odnosih pri opravljanju storitev. Skoraj 89 % anketirancev poroča, da jih turistično osebje pogosto ali vedno obravnava spoštljivo, kar kaže na visoko raven vljudnosti v tem sektorju. Le zelo majhna manjšina (okoli 6 %) poroča, da takšnega spoštovanja redko ali nikoli ne doživlja, kar poudarja, da so izboljšave, čeprav potrebne, osredotočene na manjši del interakcij v okviru storitev.

Preg. 28. Ali ste bili na splošno deležni korektne in spoštljive obravnave s strani turističnega osebja? (%)

<i>Nikoli</i>	1,5	
<i>Redko</i>	4,0	
<i>Občasno</i>	43,7	
<i>Vedno</i>	45,4	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	5,4	

Splošna samoocena potovalnih izkušenj je v glavnem pozitivna. Skoraj tri četrtine anketirancev ocenjuje svoje izkušnje kot bolj pozitivne kot negativne (48 % bolj pozitivne in 28 % definitivno pozitivne), le okoli 4 % pa svoje izkušnje ocenjuje kot bolj negativne kot pozitivne. Približno 18 % ostaja nevtralnih. Ta pozitivna samoocena kaže, da kljub nekaterim neskladjem v storitvah – zlasti v javnem prevozu in občasnim težavam pri pridobivanju pomoči – večina potnikov s posebnimi potrebami meni, da njihove potovalne izkušnje ustrezajo njihovim potrebam in pričakovanjem.

Preg. 29. Kako bi glede na vaše potrebe in navade na splošno ocenili svoje doseganje turistične izkušnje? (%)

<i>Bolj negativno kot pozitivno</i>	4,2	
<i>Niti negativno, niti pozitivno</i>	18,0	
<i>Bolj pozitivno kot negativno</i>	48,4	
<i>Vsekakor pozitivno</i>	27,9	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,5	

Te ugotovitve ponazarjajo, da večina potnikov dobiva spoštljivo in na splošno primerno podporo, vseeno pa ostaja veliko prostora za izboljšave, še posebej na področju konsistentnosti dobave pomoči, izobraževanja osebja ter dostopnosti javnega transporta. Izboljšanje teh področij z usmerjenim izobraževanjem in celovitim usposabljanjem bi lahko še dodatno izboljšalo potovalno izkušnjo in dostopni turizem spremenilo v resnično vključujočo in izpopolnjujočo izkušnjo za vse.

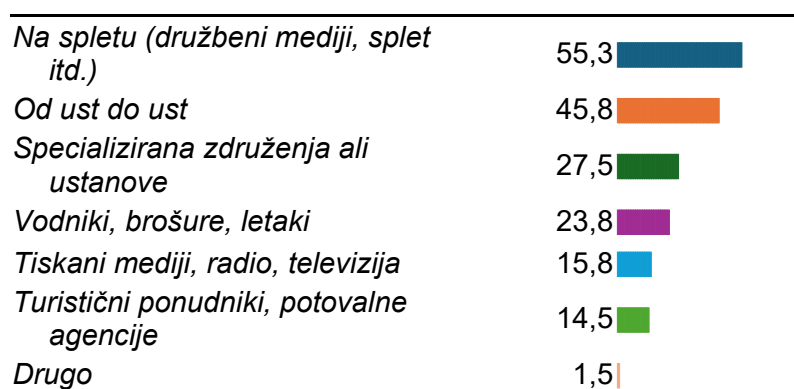
I.6. Digitalna dostopnost ponudnikov storitev v Italiji in Sloveniji

Dostopnost do spletnih platform je bistvena za razvoj vključujočega turizma. Spletne strani in digitalna orodja so pogosto prva točka stika s potniki, saj nudijo ključne informacije o destinacijah, nastanitvah in storitvah. Zagotavljanje prijaznosti spletnih strani za ljudi s posebnimi potrebami s pomočjo funkcij, kot so združljivost z bralniki zaslona, alternativno besedilo za slike in intuitivna navigacija, omogoča enakopraven dostop do načrtovanja potovanj. Dostopne spletne platforme ne le opolnomočajo potnike s posebnimi potrebami, temveč izboljšujejo tudi splošno uporabniško izkušnjo, kar spodbuja vključevanje in širi privlačnost destinacij, ki so zavezane k dostopnemu turizmu.

Digitalna dostopnost je mejnik sodobnega turizma, saj služi kot vstopna točka stika med potniki in ponudniki storitev. Dostopne spletne strani in digitalna orodja omogočajo vsem potnikom, zlasti tistim z invalidnostjo, da načrtujejo potovanja, pridobivajo pomembne informacije in sprejemajo premišljene odločitve. Podatki, ki so bili proučeni v tem razdelku, osvetljujejo več ključnih vidikov digitalne dostopnosti, od medija, ki se uporablja za organizacijo počitnic, do funkcij, ki so za uporabnike najbolj koristne na spletnih straneh za potovanja.

V zvezi z viri, ki se uporabljajo za organizacijo počitnic, rezultati kažejo, da tradicionalne kanale (turistični urad, potovalna agencija) uporablja le 15 % anketirancev, prevladujejo digitalni kanali. Spletne platforme uporablja 55 % anketirancev, ustno priporočilo pa ostaja pomembno s 46 %. Ta trend poudarja, da potniki za zbiranje informacij vse bolj zaupajo digitalnim orodjem.

Preg. 30. V katerih medijih ste našli informacije za organizacijo počitnic? (% anketirancev *)



* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

To sliko smo poglobili in podrobno preučili uporabo spletnih virov, namenjenih posebnej informacijam o dostopnosti. Približno 28 % anketirancev teh orodij nikoli ne uporablja, ampak se raje zanaša na strokovnjake ali prijatelje in družino, 27 % jih uporablja

občasno, 21 % pogosto, 24 % pa vedno poišče spletne informacije, da se lahko odločijo za dostopne destinacije. Ta razdelitev kaže, da kljub temu da znatno število potnikov uporablja digitalne vire, se precejšen delež še vedno zanaša na osebna priporočila, verjetno zaradi pomislekov glede zanesljivosti ali uporabnosti sedanjih spletnih platform.

Pred 31. Ali pri iskanju informacij o dostopnosti turističnih destinacij uporabljate splet ali mobilne aplikacije? (%)

<i>Nikoli, zanesem se na strokovnjake ali na prijatelje in družino</i>	27,9	
<i>Včasih</i>	26,7	
<i>Pogosto</i>	21,0	
<i>Vedno, ker želim izbirati samostojno</i>	23,5	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,0	

Uporaba naprav nadalje ponazarja digitalne navade teh potnikov. Najbolj priljubljeni so namizni računalniki, ki jih uporablja 30 % anketirancev, sledijo jim pametni telefoni (29 %) in prenosni računalniki (17 %), medtem ko 16 % anketirancev navaja, da ne uporablja nobene digitalne naprave. Ta raznolikost v preferencah glede naprav poudarja potrebo po optimizaciji digitalnih platform za različne vrste naprav, da se zadovoljijo različne preference uporabnikov in tehnične zmogljivosti.

Preg. 32. Katero napravo prvotno uporabljate za dostop do potovalnih in turističnih informacij na spletu? (%)

<i>Namizni računalnik</i>	30,4	
<i>Pametni telefon</i>	29,1	
<i>Prenosni računalnik</i>	17,0	
<i>Tablični računalnik</i>	6,9	
<i>Nobene</i>	15,6	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	1,0	

V dopolnitev teh ugotovitev ugotavljamo, da več kot tretjina potnikov vlaga precej časa v načrtovanje potovanj, da bi zagotovili dostopnost. Ta znatna časovna naložba odraža tako zapletenost iskanja digitalnih informacij kot tudi visoko vrednost, ki jo potniki pripisujejo zanesljivim in dostopnim orodjem za načrtovanje potovanj.

Tab. 33. Koliko časa porabite za načrtovanje potovanja, da si zagotovite dostopnost? (%)

<i>Ne veliko, približno 1 do 2 uri</i>	36,0	
<i>Kar precej, približno 5 do 8 ur</i>	34,8	
<i>Ogromno, več kot 8 ur</i>	24,2	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	4,9	

Pri ocenjevanju splošne dostopnosti spletnih strani za potovanja jih le majhen delež anketirancev ocenjuje kot zelo dobre. Nekatera področja je še treba izboljšati, vendar je splošno mnenje pozitivno. Kljub temu da je vedno mogoče dodatno optimizirati elemente uporabniškega vmesnika in navigacijske strukture, sedanja raven digitalne dostopnosti učinkovito zagotavlja informacije, ki jih potrebujejo potniki.

Preg. 34. Kako bi po lastnih izkušnjah ocenili dostopnost spletnih strani s področja turizma? (%)

<i>Slabo</i>	9,4	
<i>Zadostno</i>	48,9	
<i>Dobro</i>	24,9	
<i>Odlično</i>	2,7	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	14,1	

Navodila za izboljšanje je mogoče najti v konkretnih ovirah, s katerimi so se srečali anketiranci. Medtem ko je 36 % potnikov poročalo o težavah z nepredvidljivo navigacijo ali razporeditvijo vsebine, je 26 % poudarilo težave, povezane z velikostjo besedila ali zapletenostjo pisave, 21 % pa je kot oviro navedlo neustrezen barvni kontrast. Druge težave vključujejo odsotnost delujoče funkcije pretvarjanja besedila v govor (16 %), manjkajoče alternativno besedilo za slike (13 %) in omejitve pri navigaciji s tipkovnico (16 %). Zanimivo je, da 12 % anketirancev ni imelo nobene od teh težav.

Preg. 35. Ali ste pri dostopanju do turističnih in potovalnih informacij na spletu naleteli na kakšne ovire? (% anketirancev*)

<i>Umanjkanje ustrezne navigacije s tipkovnico</i>	36,0	
<i>Premajhna pisava in neustrezen font pisave</i>	26,3	
<i>Neustrezen barvni kontrast</i>	21,5	
<i>Nedelujoča funkcija za pretvorbo besedila v govor ali njeno umanjkanje</i>	16,4	
<i>Pomanjkanje ali neustrezna nadomestna besedila za grafične elemente</i>	15,6	
<i>Videoposnetki brez podnapisov ali zvočnih opisov slike</i>	15,6	
<i>Ni bilo možnosti izbire mojega jezika</i>	13,3	
<i>Pomanjkanje ali neustrezna nadomestna besedila za grafične elemente</i>	12,5	

<i>Utripajoče vsebine, ki jih ni mogoče samostojno ustaviti</i>	11,0	
<i>Kompleksne tekstovne vsebine, brez opcije lahkega branja</i>	10,5	
<i>Brez prilagoditev za uporabnike z ADHD motnjo</i>	1,4	
<i>Drugo</i>	2,3	
<i>Brez ovir</i>	11,9	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

Nadaljnja analiza ponazarja dejanski vpliv, ki ga lahko ima dostopnost spletnih informacij na odločitve o potovanjih. Večina anketirancev (64 %) navaja, da se nikoli niso odpovedali potovanju zaradi nedostopnih spletnih informacij, kar kaže, da digitalne ovire mnogih ne odvrnejo v celoti od potovanja. Vendar pa je znaten delež (približno tretjina anketirancev) občasno ali pogosto opustil odločitev o potovanju zaradi nezadostnih informacij o dostopnosti. Natančneje, 17 % jih pravi, da se redko vzdržijo, 8,0 % to počne pogosto, majhen delež (manj kot 1 %) pa vedno opusti svoje načrte. Ti rezultati poudarjajo, da spletna nedostopnost sicer ni za vse odločilni dejavnik, vendar vpliva na znaten delež potnikov.

Preg. 36. Ste si pri organizaciji potovanja kdaj premislili, ker spletne informacije niso bile dostopne? (%)

<i>Nikoli</i>	63,7	
<i>Da, enkrat</i>	6,4	
<i>Da, ampak redko</i>	17,0	
<i>Da, pogosto</i>	7,7	
<i>Da, vedno</i>	,7	
<i>Raje ne bi odgovoril</i>	4,4	

Odpravljanje ugotovljenih digitalnih ovir in optimizacija uporabniške izkušnje bi zato lahko bistveno pripomogla, da bo manj ljudi prisiljenih opustiti potovanje zaradi nezadostne spletne dostopnosti.

Nazadnje, podatki omogočajo podrobnejši vpogled in jasna navodila o tem, kako lahko digitalne platforme odpravijo zgoraj opisane ovire. Najpomembnejša med zelenimi izboljšavami je preprosta in pravilna logična navigacija, ki jo je poudarilo 51 % anketirancev. Ta poudarek na intuitivni strukturi spletnega mesta neposredno obravnava vprašanje »nepredvidljive navigacije«, ki je bilo pogosto navedeno v prejšnjih odgovorih. Dodatnih 35 % poudarja potrebo po možnosti spreminjanja velikosti besedila, pisave in barvnega kontrasta, kar odraža splošne težave z berljivostjo besedila in neustreznim barvnim kontrastom. Medtem pa funkcije pretvarjanja besedila v govor (27 %) in več pojasnil ter podrobnih navodil (31 %) razkrivajo, kako pomembni so alternativni načini dostave vsebin, ki zagotavljajo dostopnost informacij uporabnikom z vidnimi ali kognitivnimi okvarami. Anketiranci prav tako poudarjajo pomen podrobnih opisov slik (17 %), dostopnosti podnapisov in opisnega zvoka za videoposnetke (13 %) ter posodobljenih priročnikov za dostopnost (17 %), kar znova kaže na potrebo po celovitih, večstranskih ukrepih za dostopnost. Z uvedbo za uporabnike najpomembnejših funkcij lahko ponudniki turističnih storitev

bistveno izboljšajo digitalno potovalno izkušnjo in zmanjšajo ovire, ki nekatere potnike odvrčajo od polnega sodelovanja s spletnimi platformami.

Preg. 37. Katere funkcije se vam zdijo najbolj uporabne na spletni strani o potovanjih in turizmu? (% anketirancev*)

<i>Enostavna in logična navigacija s tipkovnico</i>	50,9	
<i>Možnost spreminjanja velikosti besedila, pisave in barvnega kontrasta</i>	34,8	
<i>Več pojasnil in podrobnih navodil (opisi, zgodbe itd.)</i>	31,3	
<i>Funkcija pretvorbe besedila v govor</i>	27,0	
<i>Opcija za izbiro mojega jezika</i>	17,5	
<i>Opis grafičnih elementov oziroma ustrezno nadomestno besedilo</i>	17,0	
<i>Podrobni posodobljeni vodniki in informacije o dostopnosti</i>	17,0	
<i>Razpoložljivi podnapisi in zvočni opisi videoposnetkov</i>	12,9	
<i>Več videoposnetkov ali inovativnih tehnoloških možnosti (virtualna realnost)</i>	10,0	
<i>Drugo</i>	0,5	

* Anketiranci so lahko izbrali do tri odgovore.

Kar zadeva lokalne turistične platforme, podatki kažejo, da jih je znaten delež anketirancev že odkril in jih uporablja, kar kaže na obetavno raven prepoznavnosti lokalnih turističnih virov in odraža spodbudno osnovo za ozaveščenost.

Tab. 38. Ste že kdaj obiskali naslednje turistične spletne strani? (% od Da)

<i>I Feel Slovenia</i>	29,6	
<i>TurismoFVG</i>	27,4	
<i>Turizem Nova Gorica in Vipavska dolina</i>	15,1	
<i>Friuli Venezia Giulia per tutti</i>	11,6	

Anketiranci so nadalje ocenili dostopnost spletnih strani tako z vidika navigacije kot informacij. Ta temelji izključno na veljavnih odgovorih na prejšnje vprašanje in razkriva, da je med tistimi, ki so obiskali te spletne strani, velika večina anketirancev pozitivno ocenila dostopnost.

Tab. 39. Če ste jih obiskali, ali menite, da so navigacija s tipkovnico in informacije na teh straneh dostopne? (% od Da)

<i>TurismoFVG</i>	96,4	
<i>Friuli Venezia Giulia per tutti</i>	91,5	
<i>Turizem Nova Gorica in Vipavska dolina</i>	88,7	
<i>I Feel Slovenia</i>	81,0	

Na splošno rezultati potrjujejo potencial regionalnih turističnih odborov, ki naj še naprej krepijo svojo prisotnost na spletu. Z nadaljnjim promoviranjem in izpopolnjevanjem teh platform, zlasti v smislu dostopnosti in uporabniške prijaznosti, lahko lokalni deležniki izkoristijo ta zagon in privabijo še več potnikov, da odkrijejo ponudbo regije. To pozitivno sodelovanje širi doseg, izboljšuje vsebine spletne strani in obiskovalcem nudi vse potrebne vire, da lahko v celoti uživajo v ponudbi regionalnih destinacij Italije in Slovenije.

I.7. Pričakovanja, ovire in izzivi pri dostopnosti

V tem razdelku so opisani pričakovanja, ovire in izzivi, s katerimi se soočajo potniki z različnimi invalidnostmi v turističnem kontekstu. Tu je najprej treba razumeti ciljno populacijo in njene osebne profile. Preglednica 9 prikazuje agregiran pogled na to, kako anketiranci pojmujejo svojo krhkost, ki smo jo združili v štiri široke kategorije: senzorna okvara, kognitivna ali razvojna motnja in težave pri komuniciranju, gibalna oviranost ter oviranost kot posledica starosti. Te kategorije ponujajo bežen pregled nad temi invalidnostmi, istočasno pa služi tudi kot okvir za preučevanje specifičnih izzivov in pričakovanj vsake od teh skupin glede dostopnosti. V nadaljevanju so predstavljene uvodne misli za vsako od teh kategorij in široko začrtane specifične težave, ki jim je treba nameniti dodatno pozornost. Vsak razdelek je dalje razdeljen na tri teme, in sicer (A) Okusi, navade in preference; (B) Fizične ovire in izzivi s storitvami; (C) Digitalna sredstva: navade, ovire in izzivi.

I.7.1. Senzorna okvara

Kategorija senzorna okvara vključuje približno 42 % anketirancev, in sicer tiste z vizualnimi in slušnimi okvarami. Tu je pomembno omeniti, da ima velika večina ljudi v tej skupini vizualno oviranost (156 anketirancev), le manjši delež je navedlo slušno okvaro (13 anketirancev).

A. Okusi, navade in preference

– Pomembnost potovanj in dopustov

57 % vseh anketirancev je potovanja ocenilo kot zelo pomembna. V skupini ljudi s senzorno okvaro je ta odstotek že višji pri 60 %. Le okoli 2 % ljudem v obeh skupinah se potovanje sploh ne zdi pomembno. Ta prepoznani pomen potovanj za posameznike s senzorno okvaro razkriva, da kljub izzivom, s katerimi se srečujejo pri premikanju po vizualnih prostorih, ta skupina dojema potovanje kot ključno za premagovanje osamljenosti in za bogatenje svojih družabnih in kulturnih življenj.

– Najljubše turistične destinacije

V splošnem vzorcu je približno 62 % navedlo obalne in obmorske destinacije kot najljubše. V tej skupini je situacija zelo podobna, saj je 61 % navedlo te destinacije kot svojo preferenco. Bolj zanimivo je, da je le okrog 11 % potnikov s senzorno okvaro izbralo navedlo planinske destinacije v primerjavi s 15 % v celotnem vzorcu, podeželje je bilo pri njih nekoliko višje uvrščeno (11 % v primerjavi s 7 % v celotnem vzorcu). Takšne razlike lahko odražajo njihovo preferenco za okolja s preprostejšo, bolj odprto postavitevijo, ki olajšuje premikanje po prostoru za ljudi z vizualno okvaro.

– Pogostost potovanj

Medtem ko približno 74 % celotnega vzorca potuje nekajkrat na leto, skupina oseb s senzoričnimi motnjami kaže bolj polariziran vzorec. V tej skupini 12 % poroča,

da nikoli ne potuje, v primerjavi s samo 6 % v celotnem vzorcu, 13 % pa potuje skoraj vsak mesec, v primerjavi s 6 % v celotnem vzorcu. Ta razlika kaže, da čeprav nekateri posamezniki s senzoričnimi motnjami naletijo na znatne ovire, ki jih popolnoma odvrčajo od potovanja, drugi – verjetno tisti, ki so si zagotovili učinkovito podporo – lahko potujejo zelo pogosto.

– *Najljubše potovalne aktivnosti in spremljevalci*

Za potnike s senzornimi okvarami je družabni stik ključnega pomena pri potovanju. Približno 61 % jih je označilo »Zabava s prijatelji in družino« nekoliko višje kot povprečje celotnega vzorca. Po drugi strani pa je njihova preferenca za »Poglobitev v lokalno okolje« nižje, in sicer pri 20 % v primerjavi s celotnim vzorcem. Poleg tega je bolj verjetno, da bodo potniki s senzorno okvaro potovali sami (7 % v primerjavi s 4 % celotnega vzorca) ali s prijatelji ali znanci (24 % v primerjavi s 15 % celotnega vzorca) in je manj verjetno, da se bodo pridružili organiziranim skupinam (samo 5 % v primerjavi s 19 % celotnega vzorca). Ti vzorci nakazujejo njihovo željo po prilagodljivih in obvladljivih družabnih okoliščinah, ki omogočajo prilagojeno podporo in nadzor nad okoljem.

– *Preference glede namestitve*

Izbire glede nastanitve se prav tako močno razlikujejo. Splošni vzorec je izkazal močno preferenco za hotele z 1 do 3 zvezdicami, medtem ko so posamezniki s senzorno okvaro povečini izbrali lastne ali najete nastanitve (37 %) v primerjavi z le 21 % splošnega vzorca. Ta razlika najverjetneje odraža potrebo po okoljih, kjer je mogoče upravljati s faktorji, kot so osvetlitev in postavitev, da se bolje prilagodijo njihovim potrebam.

B. Fizične ovire in izzivi s storitvami

– *Potrebe po dodatni asistenci*

Glede potrebe po dodatni asistenci med potovanjem približno 22 % anketirancev s senzorno okvaro navaja, da nikoli ne potrebujejo pomoči, kar je enako kot pri celotni populaciji. Vendar pa večji delež potrebuje pomoč redko (41 % v primerjavi s 35 % v celotnem vzorcu) ali pogosto (25 % v primerjavi s 20 % v celotnem vzorcu). Samo 12 % jih navaja, da vedno potrebujejo pomoč, v primerjavi s 23 % v celotnem vzorcu. To kaže, da čeprav se mnogi posamezniki s senzorno okvaro večino časa znajdejo sami, se občasno srečujejo z izzivi, ki zahtevajo podporo.

– *Težave pri pridobivanju pomoči*

Kar 75 % anketirancev s senzornimi okvarami navaja, da nikoli niso imeli težav pri prejemanju pomoči, kar je znatno več kot splošni odstotek 53 %. Ta ugotovitev kaže, da potniki s senzornimi okvarami na splošno menijo, da je storitev učinkovita, ko je pomoč enkrat na voljo. Morda pa to tudi kaže, da so ti posamezniki razvili strategije za zanesljivo pridobivanje pomoči.

– *Dojemanje izobraževanja osebja in njihovo ravnanje*

Pri ocenjevanju, ali je turistično osebje ustrezno usposobljeno, 25 % anketirancev s senzornimi okvarami meni, da je osebje vedno dobro pripravljeno, kar je znatno več kot v povprečju (17 %). Poleg tega le 22 % meni, da je osebje redko ustrezno usposobljeno, v primerjavi s 33 % v celoti. Nadalje 70 % anketirancev s senzorno okvaro poroča, da jih osebje v turizmu vedno obravnava pošteno in spoštljivo, v primerjavi z le 48 % v celotnem vzorcu. Te pozitivne ocene kažejo, da so ciljno usmerjene pobude za usposabljanje in povečana ozaveščenost osebja prinesle spremembe za potnike s senzorno okvaro.

– *Dostopnost javnega prevoza in nastanitev*

Kar zadeva javni prevoz, 35 % anketirancev s senzorno okvaro navaja, da nikoli niso imeli težav, kar je nekoliko nad splošnim povprečjem 33 %. Nasprotno pa dostopnost nastanitev predstavlja večji izziv. Le 16 % anketirancev s senzorno okvaro navaja, da nikoli ni imelo težav v nastanitvah, v primerjavi s 25 % v celotnem vzorcu, medtem ko 34 % navaja, da se pogosto srečuje z ovirami, v primerjavi s 24 % v celotnem vzorcu. To kaže, da so prevozni sistemi sicer relativno enotni, nastanitve pa pogosto ne zagotavljajo potrebnih vizualnih prilagoditev, kot so optimalna osvetlitev in jasna signalizacija.

C. Digitalna sredstva: navade, ovire in izzivi

– *Uporaba spletnih virov za informacije o dostopnosti*

Digitalna vključenost je močna med potniki s senzornimi motnjami. Le približno 13 % v tej skupini nikoli ne uporablja spletnih virov za informacije o dostopnosti, v primerjavi z 28 % v celotnem vzorcu. Poleg tega 28 % ta orodja uporablja pogosto, 25 % pa vedno – ti podatki presegajo podatke za celotno vzorčno populacijo. To proaktivno vedenje kaže, da se posamezniki s senzornimi motnjami pri premagovanju fizičnih ovir močno zanašajo na digitalna orodja, ki jim omogočajo dostop do podrobnih, prilagojenih informacij.

– *Naprave, uporabljene za dostop do spletnih informacij*

Skupina ljudi s senzornimi okvarami ima značilen digitalni profil: le okoli 2 % jih navaja, da ne uporablja nobene digitalne naprave, v primerjavi s 16 % vseh anketirancev. Poleg tega 40 % jih kot primarno napravo uporablja pametne telefone, v primerjavi z 29 % vseh anketirancev. Ta odvisnost od mobilne tehnologije je verjetno posledica udobja in pomožnih funkcij, ki jih ponujajo sodobni pametni telefoni in ki pomagajo ublažiti težave z vidom.

– *Ocenjevanje dostopnosti turističnih spletnih strani*

Pri ocenjevanju turističnih spletnih strani jih 8 % anketirancev s senzornimi motnjami ocenjuje kot slabe, 38 % pa kot dobre, v primerjavi z 11 % oziroma 29 % v celotni populaciji vzorca. Čeprav večina anketirancev te spletne strani še vedno ocenjuje kot zadovoljive, višji delež ocen »dobro« med potniki s senzornimi motnjami kaže, da so nekatere platforme uspešno vključile funkcije, kot so visok kontrast, prilagodljivo besedilo in jasna navigacija, ki učinkovito izpolnjujejo njihove potrebe.

– *Odvračanje od potovanja zaradi nedostopnosti spletnih informacij*

Približno 65 % anketirancev s senzorno okvaro navaja, da se nikoli niso vzdržali potovanja zaradi nedostopnih spletnih informacij, kar je zelo podobno splošnemu deležu 66 %. Vendar pa nekoliko višji delež v skupini s senzorno okvaro občasno ali vedno opusti potovanje zaradi digitalnih ovir. To kaže, da so sicer številne digitalne platforme funkcionalne, vendar lahko že manjše pomanjkljivosti znatno vplivajo na odločitve o potovanju nekaterih posameznikov s senzorno okvaro.

– *Digitalne ovire: specifične težave*

Potniki s senzornimi okvarami poročajo o znatno večjem številu ovir, povezanih z vidom. Na primer, 29 % anketirancev s senzornimi okvarami navaja težave z velikostjo besedila ali zapletenostjo pisave v primerjavi z 19 % v celotni populaciji vzorca. Neustrezen barvni kontrast je navedlo 10 % anketirancev s senzorno okvaro v primerjavi s 6 % v splošnem vzorcu. Nasprotno pa se težave, povezane

z nepredvidljivo navigacijo, pojavljajo manj pogosto med anketiranci s senzorno okvaro, kar kaže, da so njihove glavne težave povezane z vizualno predstavitvijo digitalnih vsebin.

– *Digitalna podpora: zelene funkcije*

Na vprašanje, katere funkcije bi bile najbolj koristne na turistični spletni strani, so anketiranci s senzornimi okvarami izrazili močno naklonjenost možnostim, ki neposredno odpravljajo vizualne ovire. Kar 51 % jih je navedlo, da je preprosta in pravilna logična navigacija bistvenega pomena, medtem ko 35 % poudarja pomembnost možnosti spreminjanja velikosti besedila, pisave in barvnega kontrasta. Poleg tega 27 % anketirancev ceni funkcije pretvarjanja besedila v govor. Te preference poudarjajo potrebo po prilagodljivih in pomožnih digitalnih funkcionalnostih za izboljšanje spletne izkušnje potnikov s senzornimi motnjami.

– *Medij, uporabljen za iskanje informacij in načrtovanje počitnic*

Potniki s senzornimi okvarami kažejo značilen vzorec pri izbiri virov informacij. Zelo se zanašajo na spletne platforme, pri čemer približno 47 % uporablja digitalne vire za organizacijo počitnic in ta delež je višji kot pri nekaterih drugih skupinah. Vendar pa ostaja pomembno tudi ustno priporočilo, saj jim ta mešani pristop omogoča učinkovito preverjanje in potrjevanje informacij, s čimer nadomestijo morebitne pomanjkljivosti digitalnih virov.

1.7.2. Kognitivna ali razvojna motnja in težave pri komuniciranju

Spodaj je zbrana analiza za skupino posameznikov s kognitivno ali razvojno motnjo in težavami pri komuniciranju. Ta kategorija predstavlja približno 32 % vzorca in združuje anketirance, ki poročajo o kognitivnih ali razvojnih motnjah, ter tiste, ki imajo težave s komunikacijo. Za to skupino so značilne težave pri obdelavi kompleksnih informacij, razumevanju navodil in učinkovitem sporočanju potreb.

A. Okusi, navade in preference

– *Pomembnost potovanj in dopustov*

V splošnem vzorcu približno 57 % anketirancev ocenjuje potovanja kot zelo pomembna. Med posamezniki v tej skupini le približno 51 % ocenjuje potovanja kot zelo pomembna. Poleg tega približno 12 % v tej skupini potovanja ocenjuje kot zmerno pomembna, nekoliko višji odstotek pa izbere »sploh ne« ali »nekoliko pomembna« v primerjavi s celotnim vzorcem. To kaže, da potovanja za to skupino ostajajo pomembna, vendar lahko izzivi, s katerimi se soočajo pri obdelavi zapletenih informacij in sporočanju svojih potreb, v primerjavi z drugimi skupinami zmanjšajo njihovo navdušenje.

– *Najljubše turistične destinacije*

V celotnem vzorcu približno 62 % anketirancev daje prednost obalnim in obmorskim destinacijam. V tej skupini je prednost obalnim destinacijam še višja, in sicer približno 67 %. Nasprotno pa le okoli 20 % v tej skupini daje prednost planinskim destinacijam v primerjavi s 15 % v celotnem vzorcu, medtem ko urbane destinacije prejemajo manjšo podporo (približno 10 % v primerjavi s 17 % v celotnem vzorcu). Podeželje izbere le okoli 4 % v tej skupini v primerjavi s 7 % v

celotnem vzorcu. Te razlike lahko kažejo, da posamezniki s kognitivnimi ali komunikacijskimi težavami dajejo prednost okoljem, ki so jim znana, predvidljiva in imajo verjetno jasno označbe in dostopne informacije.

– *Pogostost potovanj*

Pri preučevanju pogostosti potovanj anketirancev je iz celotnega vzorca razvidno, da približno 74 % potuje nekajkrat na leto. V tej skupini kar 90 % anketirancev poroča, da potuje nekajkrat na leto, medtem ko le okoli 4 % nikoli ne potuje. Vendar je odstotek tistih, ki potujejo skoraj vsak mesec, v tej skupini v primerjavi s celotnim vzorcem zanemarljiv. Visoka stopnja nekaj potovanj na leto kaže, da ta skupina kljub težavam pri obdelavi informacij ohranja dosleden vzorec potovanj, verjetno zato, ker se pri potovanjih zanaša na podporo negovalcev ali zaupanja vrednih spremljevalcev.

– *Najljubše potovalne aktivnosti in spremljevalci*

Družabne izkušnje imajo pomembno vlogo za vse popotnike. V celotnem vzorcu je približno 61 % izbralo »Zabava s prijatelji in družino«. V tej skupini ta preferenca pade na približno 53 %, kar kaže, da lahko težave v komunikaciji vplivajo na njihovo sposobnost, da se v celoti vključijo v skupinske aktivnosti. Nasprotno pa ti anketiranci kažejo večjo preferenco za »Uživanje v lokalni hrani in pijači« (približno 19 %) v primerjavi z 8 % v celotnem vzorcu. Tudi njihova izbira potovalnih spremljevalcev se razlikuje; ta skupina manj pogosto potuje sama (samo okoli 1,6 % v primerjavi s 4 % v celotnem vzorcu) in večinoma potuje s partnerji ali družinskimi člani (približno 61 %, podobno kot v celotnem vzorcu), kar kaže, da se močno zanašajo na znana socialna omrežja, ki jim pomagajo pri komunikaciji in sprejemanju odločitev med potovanjem.

– *Preference glede namestitve*

Celotni vzorec kaže močno prednost za hotele z 1 do 3 zvezdicami (36 %). Vendar pa je le okoli 50 % skupine izbralo hotele z 1 do 3 zvezdicami, nekoliko višji odstotek. Izkazujejo večjo nagnjenost k izbiri namestitve pri prijateljih ali sorodnikih (približno 7 % v primerjavi s 5 % v celotnem vzorcu) in zmerno prednost lastni ali najeti namestitvi (približno 9 % v primerjavi s 21 % v celotnem vzorcu). To lahko odraža potrebo po bolj standardiziranem okolju, kjer so informacije jasno posredovane in kjer so možne prilagoditve, da se zadovoljijo njihove specifične kognitivne potrebe.

B. Fizične ovire in izzivi s storitvami

– *Potrebe po dodatni asistenci*

Med vsemi anketiranci jih približno 22 % navaja, da med potovanjem nikoli ne potrebujejo posebne pomoči. V tej skupini le približno 12 % navaja, da nikoli ne potrebujejo pomoči, 31 % pa navaja, da pomoč potrebujejo redko, 40 % pa navaja, da pomoč potrebujejo vedno. To kaže, da se posamezniki v tej skupini soočajo z večjimi izzivi, ki zahtevajo stalno podporo, verjetno zaradi težav pri obdelavi zapletenih potovalnih informacij in učinkovitem sporočanju svojih potreb.

– *Težave pri pridobivanju pomoči*

V celotnem vzorcu približno 53 % anketirancev navaja, da nikoli niso imeli težav pri iskanju asistenc. Nasprotno pa le 22 % anketirancev v tej skupini navaja, da nikoli niso imeli težav; skoraj 61 % navaja, da redko naletijo na težave, medtem ko 14 % navaja, da pogosto naletijo na težave. Ta višja pogostost težav kaže, da

lahko kljub razpoložljivosti podpornih storitev komunikacijske ovire in zapletenost potovalnega okolja ovirajo učinkovito zagotavljanje pomoči tej skupini.

– *Dojemanje izobraževanja osebja in njihovo ravnanje*

Približno 17 % celotnega vzorca meni, da je osebje v turizmu vedno ustrezno usposobljeno, medtem ko to meni le približno 10 % te skupine. Poleg tega približno 54 % te skupine meni, da je osebje redko ustrezno usposobljeno, v primerjavi s 33 % celotnega vzorca. Kar zadeva odnos, 48 % celotnega vzorca poroča, da so vedno deležni poštenega in spoštljivega odnosa, medtem ko je v tej skupini takih le okoli 19 %. Te razlike kažejo, da imajo lahko posamezniki s kognitivnimi in komunikacijskimi težavami večje težave pri pridobivanju občutljive in ustrezno prilagojene podpore s strani turističnega osebja.

– *Dostopnost javnega prevoza in nastanitve*

Javni prevoz se zdi manj zahteven tako za celotno vzorčno skupino kot za to skupino. Približno 19 % te skupine poroča, da nikoli ni imelo težav z javnim prevozom, v primerjavi s 33 % celotne vzorčne skupine. Na področju nastanitve le približno 23 % te skupine poroča, da nikoli ni imelo težav z dostopnostjo, medtem ko 18 % poroča, da pogosto naleti na težave – obe številki se znatno razlikujeta od celotne vzorčne skupine, kar kaže, da okolja morda niso ustrezno prilagojena za izpolnjevanje posebnih potreb te skupine.

C. Digitalna sredstva: navade, ovire in izzivi

– *Uporaba spletnih virov za informacije o dostopnosti*

V celotnem vzorcu okoli 28 % nikoli ne uporablja spletnih virov za informacije o dostopnosti. Za to skupino je ta številka znatno višja, in sicer okoli 38 %. Nasprotno pa le 18 % te skupine takšna orodja uporablja pogosto, v primerjavi z 21 % v celotnem vzorcu, 27 % pa jih uporablja vedno, kar je nekoliko višje od odstotka vseh anketirancev. Ti vzorci kažejo, da se posamezniki s kognitivnimi težavami morda manj zanašajo izključno na digitalne informacije zaradi težav pri obdelavi zapletenih spletnih vsebin.

– *Naprave, uporabljene za dostop do spletnih informacij*

Uporaba naprav v tej skupini kaže, da približno 39 % uporablja pametne telefone, 39 % namizne računalnike, 15 % prenosne računalnike in 8 % tablične računalnike. Ti podatki so podobni podatkom za celotno vzorčno skupino, kar kaže, da kljub kognitivnim izzivom posamezniki v tej skupini dostopajo do spletnih informacij prek različnih naprav, čeprav morda potrebujejo poenostavljene in enostavne vmesnike za navigacijo.

– *Ocenjevanje dostopnosti turističnih spletnih strani*

Na splošno 11 % anketirancev ocenjuje turistične spletne strani kot slabe, 57 % kot zadovoljive, 29 % kot dobre in 3 % kot zelo dobre. V tej skupini pa je ocena slabo bistveno višja, in sicer okoli 16 %, ocena zadovoljivo pa je še višja, in sicer 70 %. Le okoli 12 % jih ocenjuje kot dobre, manj kot 2 % pa kot zelo dobre. To kaže, da so digitalne platforme morda manj dostopne za osebe s kognitivnimi ali komunikacijskimi težavami, verjetno zaradi zapletenosti navigacije, prevelike gostote informacij in pomanjkanja jasnih, zgoščenih vsebin.

– *Odvračanje od potovanja zaradi nedostopnosti spletnih informacij*

Približno 66 % celotnega vzorca poroča, da se nikoli ni vzdržalo potovanja zaradi nedostopnih spletnih informacij. Za to skupino se ta delež zniža na približno 63 %,

pri čemer večji delež navaja, da so se enkrat (11 %) ali redko (18 %) vzdržali potovanja. Te razlike poudarjajo, da imajo lahko digitalne ovire večji vpliv na odločitve o potovanjih za to skupino.

– *Digitalne ovire: specifične težave*

Skupina poroča o pomembnih digitalnih izzivih. Na primer, težave z velikostjo besedila ali zapletenostjo pisave navaja le 7 % te skupine, v primerjavi z 29 % med anketiranci s senzornimi motnjami, kar odraža njihovo drugačno usmerjenost. Vendar pa imajo večje težave z nepredvidljivo navigacijo; na primer, skoraj 44 % poroča o tej oviri, kar je veliko več kot skupni delež 16 % med potniki s senzornimi okvarami. To kaže, da sta zapletenost in neurejenost digitalnih vsebin velika ovira za posameznike, ki imajo težave z obdelavo in razumevanjem zapletenih informacij.

– *Digitalna podpora: zelene funkcije*

Na vprašanje o funkcionalnostih, ki bi izboljšale spletno potovalno izkušnjo, je le okoli 10 % skupine izpostavilo funkcionalnosti pretvarjanja besedila v govor, medtem ko je skoraj 48 % poudarilo pomen preproste in pravilne logične navigacije – ta delež je znatno višji kot v skupini oseb s senzornimi motnjami. Poleg tega zmeren delež (približno 14 %) poudarja potrebo po podrobnejših navodilih in pojasnilih. Te preference kažejo, kako je pomembno, da so informacije na digitalnih platformah predstavljene na jasn, jedrnat in organiziran način, ki ustreza kognitivnim izzivom, s katerimi se sooča ta skupina.

– *Medij, uporabljen za iskanje informacij in načrtovanje počitnic*

Na tem področju je skupina manj odvisna od spletnih virov v primerjavi z drugimi skupinami. Na primer, le okoli 37 % uporablja digitalne platforme za organizacijo počitnic, v primerjavi s 62 % v celotnem vzorcu, kar kaže na večjo odvisnost od tradicionalnih, medosebnih virov kot ustno priporočilo in uradni kanali. To je morda posledica dejstva, da tradicionalni kanali pogosto zagotavljajo informacije v enostavnejši, lažje razumljivi obliki, kar je ključnega pomena za osebe s kognitivnimi težavami.

I.7.3. Gibalna oviranost

Kategorija gibalne oviranosti zajema približno 13 % anketirancev s fizičnimi omejitvami, ki vplivajo na njihovo gibanje. V naši klasifikaciji je ta skupina opredeljena na podlagi samo-poročanih težav z mobilnostjo (51 anketirancev v podrobni klasifikaciji, z manjšimi prilagoditvami v združeni shemi štirih kategorij).

A. Okusi, navade in preference

– *Pomembnost potovanj in dopustov*

Med vsemi anketiranci približno 57 % ocenjuje potovanja kot zelo pomembna. Pri osebah z gibalno omejenostjo je ta odstotek še višji – okoli 62 %. Zanimivo je, da le približno 2 % v splošnem vzorcu in v skupini oseb z gibalno omejenostjo meni, da potovanja niso pomembna. Ta povečana pomembnost med potniki z gibalno omejenostjo kaže, da kljub fizičnim oviram, s katerimi se soočajo, potovanja

ostajajo za njih pomemben način za premagovanje osamljenosti in bogatenje socialnih in kulturnih izkušenj.

– *Najljubše turistične destinacije*

Medtem ko je iz celotnega vzorca razvidno, da približno 62 % anketirancev daje prednost obalnim in obmorskim destinacijam, anketiranci z gibalno omejenostjo kažejo nekoliko manjšo naklonjenost tem okoljem – približno 55 %. Nasprotno pa je njihova naklonjenost planinskim destinacijam višja, in sicer približno 16 % v primerjavi s 15 % v celotnem vzorcu, urbane destinacije pa so bolj priljubljene med osebami z omejeno mobilnostjo (približno 24 % v primerjavi s 17 % v celotnem vzorcu). Približno 6 % oseb z gibalno oviranostjo izbere podeželje, podobno kot splošni vzorec. Te razlike lahko odražajo težnjo potnikov z gibalno oviranostjo, da dajejo prednost destinacijam z dobro razvito infrastrukturo in dostopnimi objekti, kot so mestna ali gorska območja, kjer so podporne storitve lažje dostopne.

– *Pogostost potovanj*

Podatki o pogostosti potovanj kažejo, da na splošno okoli 74 % anketirancev potuje nekajkrat na leto. Med osebami z gibalno oviranostjo je znatno višji odstotek – približno 71 % – tistih, ki potujejo nekajkrat na leto, medtem ko le okoli 2 % poroča, da nikoli ne potuje, v primerjavi z 12 % v skupini oseb s senzorno oviranostjo. Poleg tega le približno 2 % anketirancev z gibalno oviranostjo potuje skoraj vsak mesec, medtem ko to počne skromnih 6 % splošnega vzorca. Te ugotovitve kažejo, da kljub morebitnim fizičnim omejitvam potniki z gibalno oviranostjo ohranjajo redni vzorec potovanj, kar verjetno olajšujejo izboljšave na področju dostopnega prevoza in podporne infrastrukture.

– *Najljubše potovalne aktivnosti in spremljevalci*

Osebe z gibalno oviranostjo dajejo prednost družabnim in podpornih potovalnim okoljem. Njihova želja po »Zabavi s prijatelji in družino« ostaja močna, saj to dejavnost podpira približno 73 % oseb, kar je znatno več od splošnega povprečja. Prav tako kažejo večjo nagnjenost k potovanjem s partnerji ali družinskimi člani (približno 63 %) in se raje pridružujejo organiziranim skupinam (skoraj 20 %) kot potujejo sami (le približno 4 %). Takšni vzorci kažejo, da potniki z gibalno oviranostjo cenijo družbo in strukturirano podporo, ki sta lahko bistvena za premagovanje fizičnih izzivov med potovanjem.

– *Preference glede namestitve*

Glede namestitve je v celotnem vzorcu opazna močna prednost za hotele z 1 do 3 zvezdicami (36 %). Nasprotno pa le okoli 8 % anketirancev z gibalno oviranostjo izbere lastno ali najeto namestitev, medtem ko skoraj 45 % daje prednost hotelom z 1 do 3 zvezdicami – ta delež je znatno višji od 21 % v skupini z senzorno okvaro. Ta preferenca kaže, da se potniki z gibalno oviranostjo morda zanašajo na standardizirano hotelsko okolje, ki ponuja uveljavljene funkcije dostopnosti, kot so klančine, dvigala in prilagojene sobe, da bi zadovoljili svoje fizične potrebe.

B. Fizične ovire in izzivi s storitvami

– *Potrebe po dodatni asistenci*

Glede potrebe po posebni pomoči med potovanjem le približno 15 % anketirancev z gibalno oviranostjo navaja, da nikoli ne potrebujejo pomoči, v primerjavi s približno 22 % v celotnem vzorcu. Precejšen delež – okoli 29 % – potrebuje pomoč redko, medtem ko skoraj 39 % vedno potrebuje pomoč. Ta znatno višja stopnja stalnih potreb po podpori med potniki z gibalno oviranostjo poudarja vseprisotne

fizične ovire, s katerimi se soočajo, in poudarja pomen dostopne infrastrukture in prilagojenih podpornih storitev v prometnih vozliščih, nastanitvenih objektih in javnih prostorih.

– *Težave pri pridobivanju pomoči*

Na vprašanje, ali so imeli težave pri prejemanju pomoči, je le 48 % anketirancev z gibalno oviranostjo odgovorilo, da nikoli niso imeli težav, v primerjavi s 75 % v skupini z gibalno oviranostjo in 53 % v celotni populaciji. Približno 33 % je odgovorilo, da redko naletijo na težave, in skoraj 17 % jih pogosto naleti na težave. Ti rezultati poudarjajo, da potniki z gibalno oviranostjo pogosto naletijo na razlike v kakovosti in doslednosti podpornih storitev, ki lahko izhajajo iz logističnih izzivov v fizičnem okolju in nedoslednega izvajanja storitev.

– *Dojemanje izobraževanja osebja in njihovo ravnanje*

Anketiranci z gibalno oviranostjo imajo mešano mnenje o usposobljenosti osebja. Približno 10 % jih meni, da je turistično osebje vedno dobro pripravljeno, medtem ko 56 % poroča, da je osebje pogosto ustrezno usposobljeno – ta delež je višji od splošnega vzorca, kjer je 17 % vedno in 44 % pogosto. Vendar pa približno 27 % navaja, da je osebje redko ustrezno usposobljeno, v primerjavi s 33 % v splošnem vzorcu. Glede medosebnega odnosa približno 48 % anketirancev z gibalno oviranostjo poroča, da so vedno deležni poštenega in spoštljivega odnosa, dodatnih 46 % pa navaja, da je to pogosto. Te ocene so sicer na splošno pozitivne, vendar odražajo nekatere razlike, ki lahko vplivajo na splošno potovalno izkušnjo oseb z gibalno oviranostjo.

– *Dostopnost javnega prevoza in nastanitve*

Kar zadeva javni prevoz, približno 33 % anketirancev z gibalno oviranostjo navaja, da nikoli niso imeli težav, kar je podobno kot pri celotnem vzorcu. Vendar pa potniki z gibalno oviranostjo pogosto naletijo na večje težave pri nastanitvi. Samo približno 29 % jih navaja, da nikoli niso imeli težav z dostopnostjo v hotelih ali počitniških domovih, medtem ko se 27 % pogosto sooča s takšnimi težavami – kar je v očitnem nasprotju s 25 % oziroma 24 % v celotnem vzorcu. To kaže, da se dostopnost prevoza sicer izboljšuje, vendar nastanitve še vedno pogosto ne izpolnjujejo zahtev glede fizične dostopnosti za osebe z gibalno oviranostjo.

C. Digitalna sredstva: navade, ovire in izzivi

– *Uporaba spletnih virov za informacije o dostopnosti*

Med anketiranci z gibalno oviranostjo približno 27 % nikoli ne uporablja spletnih virov ali aplikacij za iskanje informacij o dostopnosti, kar je skoraj enako kot pri celotnem vzorcu (28 %). Vendar 27 % ta orodja uporablja občasno, 21 % pogosto, 25 % pa vedno. Ta uravnotežen pristop kaže, da se potniki z gibalno oviranostjo sicer zanašajo na digitalna orodja za pridobivanje informacij, vendar se za preverjanje dostopnosti destinacij morda zanašajo tudi na tradicionalne vire.

– *Naprave, uporabljene za dostop do spletnih informacij*

Uporaba naprav med osebami z gibalno oviranostjo se močno razlikuje od celotnega vzorca. Približno 19 % anketirancev z gibalno oviranostjo navaja, da ne uporablja nobene digitalne naprave, kar je višji odstotek kot 16 % v splošnem vzorcu. Namizne računalnike uporablja približno 33 %, prenosne računalnike 21 %, tablične računalnike 6 % in pametne telefone le 21 % – kar je v izrazitem nasprotju z 40-odstotno uporabo pametnih telefonov v skupini oseb s senzorno okvaro. To kaže, da se potniki z gibalno oviranostjo bolj zanašajo na tradicionalne

računalniške vmesnike, verjetno zaradi fizičnih težav, povezanih z uporabo zaslonov na dotik.

- Ocenjevanje dostopnosti turističnih spletnih strani
Pri ocenjevanju spletnih potovalnih spletnih strani jih približno 11 % anketirancev z gibalno oviranostjo ocenjuje kot slabe, 49 % kot zadovoljive, 33 % kot dobre in 7 % kot zelo dobre. Te ocene so zelo podobne oceni celotnega vzorca, čeprav nekoliko višja ocena slabe kakovosti pri osebah z gibalno oviranostjo kaže, da nekateri digitalni vmesniki morda niso v celoti optimizirani za podporo njihovim fizičnim potrebam, kot so združljivost s pomožnimi napravami ali ergonomskimi funkcijami navigacije.
- Odvrčanje od potovanja zaradi nedostopnosti spletnih informacij
Približno 62 % anketirancev z gibalno oviranostjo navaja, da se še nikoli niso odrekli potovanju zaradi nedostopnih spletnih informacij, kar je nekoliko manj od skupnega odstotka 66 %. Majhen delež se je odločil enkrat, redko, pogosto ali vedno – kar kaže, da lahko tudi manjše digitalne ovire vplivajo na odločitve o potovanju oseb z gibalno oviranostjo. To potrjuje potrebo po nadaljnjih izboljšavah digitalne dostopnosti.
- Digitalne ovire: specifične težave
Anketiranci z gibalno oviranostjo poročajo o relativno manj pogostih ovirah v zvezi z vizualno predstavitvijo v primerjavi s potniki z senzorno okvaro. Na primer, le okoli 16 % jih poroča o težavah z velikostjo besedila ali zapletenostjo pisave, okoli 2 % pa navaja neustrezen barvni kontrast, kar je v obeh primerih manj kot pri osebah s senzorno okvaro. Vendar pa lahko potniki z gibalno oviranostjo naletijo na težave, povezane s fizično interakcijo z digitalnimi vmesniki, na primer težave z natančno uporabo zaslona na dotik ali navigacijo po spletnih straneh z zapleteno strukturo. Te težave kažejo, da so vizualne ovire sicer manj izrazite, vendar je treba splošno digitalno izkušnjo še izboljšati, da bo fizična uporaba lažja.
- Digitalna podpora: zelene funkcije
Na vprašanje o funkcionalnostih, ki bi izboljšale spletne potovalne izkušnje, so anketiranci z gibalno oviranostjo kot prednostno navedli izboljšave, ki izboljšujejo splošno uporabnost. Cenijo preprosto in pravilno logično navigacijo, kar je poudarilo približno 21 % anketirancev, cenijo pa tudi podrobne in ažurne vodnike o dostopnosti (približno 13 %). Nasprotno pa manj pogosto navajajo funkcije, ki se nanašajo predvsem na vizualno prilagajanje, kot je možnost spreminjanja velikosti besedila, pisave in barvnega kontrasta. To kaže, da so za osebe z gibalno oviranostjo pomembnejše digitalne rešitve, ki izboljšujejo fizično interakcijo in navigacijo po spletnih straneh.
- Medij, uporabljen za iskanje informacij in načrtovanje počitnic
Potniki z gibalno oviranostjo za organizacijo počitnic enakovredno uporabljajo digitalne in tradicionalne vire. Za približno 62 % svojih informacijskih potreb uporabljajo spletne platforme, kar je podobno kot pri celotnem vzorcu. Vendar pa dajejo večji poudarek uradnim kanalom, kot so turistični uradi in potovalne agencije, kar morda odraža njihovo prednostno izbiro virov, ki zagotavljajo zanesljive, dostopne in strokovno preverjene informacije.

1.7.4. Oviranost kot posledica starosti

Skupina ljudi z oviranostjo kot posledico starosti je sestavljena iz okrog 12 % anketirancev in vključuje posameznike, katerih ranljivosti izhajajo predvsem iz staranja. Čeprav ta skupina morda deli nekatere izzive s tistimi, ki se soočajo z gibalno oviranostjo ali kognitivnimi motnjami, so zastavljena vprašanja pogosto večplastna in združujejo elemente fizičnega upada, senzornih omejitev in včasih tudi kognitivnih izzivov.

A. Okusi, navade in preference

– Pomembnost potovanj in dopustov

Med vsemi anketiranci približno 57 % ocenjuje potovanja kot zelo pomembna. V skupini s starostnimi težavami 55 % meni, da je potovanje zelo pomembno, kar je nekoliko manj kot v celotnem vzorcu. Le 1 % v tej skupini ocenjuje potovanje kot »sploh ni pomembno«, v primerjavi s približno 2 % v celotnem vzorcu. To rahlo zmanjšanje navdušenja za potovanja lahko odraža vpliv omejitev, povezanih s staranjem, vendar visoka splošna pomembnost še vedno kaže, da starejši potniki cenijo možnost potovanja kot sredstvo za družbeno vključevanje in osebno bogatitev.

– Najljubše turistične destinacije

Celotni vzorec kaže, da 62 % anketirancev daje prednost obalnim in obmorskim destinacijam. Med starejšimi potniki jih 61 % daje prednost tem destinacijam, kar je zelo podoben rezultat. Vendar pa so v drugih kategorijah opazne nekatere spremembe. Približno 17 % starejših anketirancev daje prednost planinskim destinacijam v primerjavi s 15 % v celotnem vzorcu, 17 % pa izbere urbane destinacije v primerjavi s 17 % v celotnem vzorcu. Nasprotno pa le približno 4 % starejših potnikov daje prednost podeželju v primerjavi s 7 % v celotnem vzorcu. Te razlike kažejo, da starejši potniki morda dajejo prednost destinacijam, ki so lažje dostopne in imajo boljšo infrastrukturo, kot so obalne, gorske ali mestne destinacije, medtem ko podeželje morda velja za manj prijazno.

– Pogostost potovanj

Medtem ko približno 74 % celotnega vzorca potuje nekajkrat na leto, ta skupina kaže visoko stopnjo rednega potovanja. 75 % starejših anketirancev poroča, da potuje nekajkrat na leto, in le približno 4 % potuje manj kot enkrat na leto. Zanimivo je, da zelo majhen delež, približno 3 %, potuje skoraj vsak mesec, in zelo malo jih poroča, da nikoli ne potujejo. Ta vzorec kaže, da starejši potniki kljub starostnim omejitvam ohranjajo redne potovalne navade, morda zaradi ekonomske moči, uveljavljenih rutinskih navad in sistemov pomoči.

– Najljubše potovalne aktivnosti in spremljevalci

Družbeno udejstvovanje je ključni dejavnik za starejše popotnike. V celotnem vzorcu je približno 61 % izbralo »Zabava s prijatelji in družino«. V tej skupini pa je ta delež nižji, in sicer okoli 37 %. Namesto tega znatno večji delež starejših anketirancev potuje v organiziranih skupinah, in sicer 44 % v primerjavi z le 19 % v celotnem vzorcu. Prav tako pogosteje potujejo s partnerji ali družinskimi člani (28 % v primerjavi s 63 % v celotnem vzorcu v organiziranih skupinah) in kažejo

zelo nizko nagnjenost k samostojnemu potovanju (približno 2 % v primerjavi z 4 % v celotnem vzorcu).

– *Preference glede namestitve*

Celotni vzorec kaže, da 36 % anketirancev daje prednost hotelom z 1 do 3 zvezdicami. Pri starejših potnikih je preferenca za hotele z 1 do 3 zvezdicami še višja, in sicer 45 %, medtem ko se izbira lastnih ali najetih namestitev v primerjavi s 21 % v celotnem vzorcu znatno zmanjša na 11 %. To kaže, da starejši potniki raje izbirajo standardizirana hotelska okolja, ki ponujajo uveljavljene funkcije dostopnosti, kot so klančine, dvigala in prilagojene sobe, ki so ključne za izpolnjevanje njihovih fizičnih potreb.

B. Fizične ovire in izzivi s storitvami

– *Potrebe po dodatni asistenci*

Med celotnim vzorcem približno 22 % poroča, da nikoli ne potrebujejo posebne pomoči. V skupini pa 53 % poroča, da nikoli ne potrebujejo pomoči, kar je precej višji odstotek. To kaže, da se mnogi starejši potniki lahko znajdejo sami, morda zaradi življenjskih izkušenj in dobro razvitih strategij za spopadanje s težavami. Kljub temu pa za tiste, ki potrebujejo podporo, preostali odgovori kažejo, da majhen odstotek občasno ali pogosto potrebuje pomoč. Visoka stopnja samostojnosti lahko odraža tudi dejstvo, da starejši posamezniki pogosto potujejo z družino ali v organiziranih skupinah, ki jim nudijo vgrajeno podporo.

– *Težave pri pridobivanju pomoči*

Na vprašanje o težavah pri prejemanju pomoči je 62 % starejših anketirancev odgovorilo, da nikoli niso imeli težav, v primerjavi s 53 % vseh anketirancev. Približno 33 % jih pravi, da redko naletijo na težave, le 4 % pa jih poroča, da se pogosto srečujejo s težavami. Ti podatki kažejo, da starejši potniki običajno prejemajo učinkovito podporo, ko jo potrebujejo, verjetno zaradi formalnih storitev pomoči in močnih socialnih mrež.

– *Dojemanje izobraževanja osebja in njihovo ravnanje*

Starejši potniki dajejo mešane odgovore glede turističnega osebja. Približno 18 % v tej skupini meni, da je osebje vedno dobro pripravljeno, podobno kot celoten vzorec, medtem ko približno 21 % meni, da je osebje redko ustrezno usposobljeno – kar je manj kot 33 % v celotnem vzorcu. Glede medosebnega odnosa 50 % starejših anketirancev poroča, da so vedno deležni poštenega in spoštljivega odnosa, kar je primerljivo ali nekoliko boljše od splošnih podatkov. To bi lahko nakazovalo, da starejši potniki prejemajo občutljivo in ustrezno storitev in da je njihove potrebe lažje zadovoljiti v primerjavi z drugimi ranljivostmi, ki so bile tukaj analizirane.

– *Dostopnost javnega prevoza in nastanitev*

Starejši potniki visoko ocenjujejo dostopnost javnega prevoza, saj 63 % med njimi navaja, da nikoli niso imeli težav, v primerjavi s 33 % celotnega vzorca. Kar zadeva namestitve, 60 % starejših anketirancev navaja, da nikoli niso imeli težav z dostopnostjo, v primerjavi s 25 % vseh anketirancev. Te znatne razlike kažejo, da imajo starejši potniki morda dostop do dobro prilagojenih prevoznih sredstev in namestitev, kar bi lahko bilo posledica ciljnih prizadevanj za izboljšanje dostopnosti za starejše prebivalstvo na strani ponudbe.

C. Digitalna sredstva: navade, ovire in izzivi

– *Uporaba spletnih virov za informacije o dostopnosti*

Digitalna aktivnost med starejšimi potniki je znatno nižja. Medtem ko približno 28 % celotnega vzorca nikoli ne uporablja spletnih virov za informacije o dostopnosti, kar 57 % starejših anketirancev poroča, da teh orodij nikoli ne uporablja. Le 26 % jih uporablja občasno, 11 % pogosto, le 7 % pa vedno. Ta nižja raven digitalne aktivnosti kaže, da imajo starejši potniki morda težave pri obdelavi zapletenih spletnih informacij ali pa preprosto dajejo prednost tradicionalnim, medosebnim virom. V teh rezultatih se odražajo znaki digitalnega razkoraka, povezanega z njihovo generacijo.

– *Naprave, uporabljene za dostop do spletnih informacij*

Uporaba naprav pri starejših potnikih je prav tako drugačna. Kar 51 % starejših anketirancev navaja, da ne uporablja nobene digitalne naprave, v primerjavi s 16 % vseh anketirancev. Med tistimi, ki uporabljajo digitalne naprave, 11 % uporablja namizne računalnike, 9 % prenosne računalnike, 2 % tablične računalnike in 28 % pametne telefone. To kaže, da večina starejših potnikov ni digitalno povezana ali se sooča z znatnimi ovirami pri uporabi sodobne tehnologije, kar poudarja generacijske preference.

– *Ocenjevanje dostopnosti turističnih spletnih strani*

Starejši anketiranci na splošno ocenjujejo spletne potovalne strani bolj pozitivno kot celotni vzorec. Le 4 % jih ocenjuje kot slabe, v primerjavi z 11 % v celotnem vzorcu, medtem ko jih 59 % ocenjuje kot zadovoljive in 37 % kot dobre, le redki pa poročajo o »zelo dobri« izkušnji. Ta višja stopnja zadovoljstva lahko odraža nižja pričakovanja ali omejeno izpostavljenost digitalnim platformam, saj se starejši potniki manj zanašajo na ta orodja.

– *Odvračanje od potovanja zaradi nedostopnosti spletnih informacij*

Kar 84 % starejših anketirancev je navedlo, da se še nikoli niso vzdržali odločitve o potovanju zaradi nedostopnih spletnih informacij, v primerjavi s 66 % vseh anketirancev. Le majhen odstotek jih je navedel, da so se enkrat, redko, pogosto ali vedno vzdržali. To kaže, da starejši potniki sicer manj uporabljajo digitalne informacije, vendar jih njihove morebitne pomanjkljivosti manj odvračajo, verjetno zato, ker se zanašajo na alternativne, nedigitalne kanale.

– *Digitalne ovire: specifične težave*

Starejši potniki poročajo o relativno redkih primerih digitalnih ovir. Na primer, le okoli 2 % jih omenja težave z velikostjo besedila ali zapletenostjo pisave, podobno nizek odstotek navaja neustrezen barvni kontrast. Te nizke stopnje so pričakovane glede na njihovo omejeno digitalno vključenost. Namesto tega so njihove težave verjetno bolj povezane s fizičnim upravljanjem digitalnih naprav kot s predstavitvijo vsebine.

– *Digitalna podpora: zelene funkcije*

Ko smo jih vprašali, katere funkcije bi izboljšale njihovo izkušnjo pri spletnem načrtovanju potovanj, so starejši popotniki manj poudarjali napredne funkcije, kot so pretvorba besedila v govor in nastavitve nastavitve besedila. Bolj so dajali prednost jasni, preprosti navigaciji in dostopu do najnovejših vodnikov za dostopnost. Ta preferenca je v skladu z njihovo manjšo digitalno aktivnostjo, kar kaže, da bi se morale izboljšave osredotočiti na poenostavitev predstavitve

informacij in zagotavljanje alternativnih virov informacij, ki niso odvisni izključno od digitalnih platform.

– *Medij, uporabljen za iskanje informacij in načrtovanje počitnic*

Ker starejši potniki močno favorizirajo tradicionalne vire informacij, se raje zanašajo na ustno izročilo in uradne kanale, kot so turistični uradi in potovalne agencije, kot pa na spletne platforme. Ta preferenca verjetno odraža potrebo po informacijah, ki so predstavljene v preprosti in lahko razumljivi obliki, saj se težje znajdejo v zapletenih digitalnih vmesnikih.

I.7.5. Zaključki za vsako skupino

A. Skupina s senzornimi okvarami

Ta skupina izkazuje visoko motivacijo za potovanje in močno digitalno vključenost kljub nekaterim specifičnim izzivom. V primerjavi s celotnim vzorcem se bolj zanašajo na svoje mobilne naprave in spletne vire za dostopanje do prilagojenih informacij, ki jim pomagajo zmanjševati vizualne ovire. Po drugi strani pa veliko pogosteje poročajo o težavah z berljivostjo besedila in barvnim kontrastom in očitno favorizirajo lastne ali najete nastanitve, kjer lahko nadzirajo okoljske pogoje. V povezavi s storitvami posamezniki s senzorno okvaro redkeje poročajo o težavah pri pridobivanju asistenc in so bolj naklonjeni izobraževanju in postopanju turističnih delavcev, kar je najverjetneje rezultat ciljno usmerjenih pobud. Na njihovo splošno zadovoljstvo pa še vedno negativno vplivajo izzivi glede dostopnosti nastanitvev in digitalnih predstavitev. Te ugotovitve znova poudarjajo pomembnost prilagajanja digitalnih rešitev in fizičnih prilagoditev, da se ustvari bolj vključujoče in spodbudno okolje za potovanje oseb s senzorno okvaro.

B. Skupina s kognitivnimi ali razvojnimi okvarami in težavami v komunikaciji

Ta skupina se sooča z edinstvenim naborom izzivov, ki vplivajo na njihove potovalne izkušnje. Ti posamezniki, ki predstavljajo približno 32 % celotnega vzorca anketirancev, imajo težave pri procesiranju kompleksnih informacij in izražanja svojih potreb. V primerjavi s celotnim vzorcem so jim potovanja nekoliko manj pomembna, pri čemer prednostno izbirajo obalne destinacije, njihovo digitalno udejstvovanje pa je nižje. V večji meri se zanašajo na tradicionalne vire informacij, spletne turistične strani ocenjujejo kot manj dostopne, poročajo pa o več primerov digitalnih ovir, kot je na primer nepredvidljiva navigacija. Kar se tiče storitev in njihovega izvajanja imajo težave pri pridobivanju pomoči in pogosto naletijo na turistične delavce, ki niso usposobljeni ustreči njihovim potrebam. Na podlagi teh ugotovitev lahko zaključimo, da je potrebno tako v fizičnih okoljih kot tudi na digitalnih platformah vpeljati prilagojene ukrepe za poenostavljanje informacij, boljšo navigacijo in zagotavljanje podpornih storitev, ki so primerno prilagojene za posameznike s kognitivno ali razvojno okvaro ter težavami s komuniciranjem. Z naslavljanjem teh težav je mogoče ustvariti bolj vključujoč in dostopen turizem za to skupino in na splošno izboljšati njihove potovalne izkušnje.

C. Skupina z gibalno oviranostjo

Ta skupina ima specifičen profil, ki se odraža v njihovih fizičnih izzivih in potrebah po storitvah. V primerjavi s celotnim vzorcem potniki z gibalno oviranostjo potovanjem dajejo veliko pomembnost in favorizirajo destinacije, ki bolj verjetno nudijo boljšo

infrastrukturno pomoč, na primer urbane in planinske destinacije. Večina posameznikov v tej skupini pogosto potuje, saj le zelo majhen odstotek nikdar ne poroča o potovanju, velika večina potuje nekajkrat na leto. V povezavi z družbenimi navadami podatki razkrivajo, da večinoma potujejo s partnerji, družinskimi člani in organiziranimi skupinami, kar jim lahko pomaga kompenzirati za njihove gibalne oviranosti. Z vidika storitev in njihovega pridobivanja ima skupina z gibalno oviranostjo večje potrebe po stalni pomoči, saj veliko večji delež anketirancev poroča o potrebi po stalni pomoči med potovanjem. Poleg tega se pogosteje soočajo s težavami pri pridobivanju pomoči, kar kaže na potrebo po bolj stalnih in odzivnih podpornih sistemih. V digitalni sferi se potniki z gibalno oviranostjo v večji meri zanašajo na tradicionalne naprave, kot so namizni računalniki in prenosni računalniki, digitalne vire pa uporabljajo v približno enaki meri kot celoten vzorec. Po drugi strani pa slabše ocenjujejo digitalno dostopnost, kar nakazuje, da so potrebne izboljšave na področju izboljšanja fizične uporabnosti. Na splošno te ugotovitve razkrivajo potrebo po ciljnih ukrepih za izboljšanje fizičnih in digitalnih izzivov, s katerimi se soočajo potniki z gibalno oviranostjo. Izboljšanje infrastrukturne podpore, povečanje doslednosti pomoči in razvoj ergonomsko oblikovanih digitalnih vmesnikov bodo ključnega pomena za ustvarjanje bolj vključujoče in spodbudne potovalne izkušnje za to skupino.

D. Skupina z oviranostjo kot posledico starosti

To skupino sestavlja približno 12 % anketirancev in izkazuje specifičen profil zaradi raznolikih izzivov zaradi staranja. Čeprav visoko cenijo potovanje, saj jih kar 55 % ocenjuje kot zelo pomembno, se njihove preference in obnašanja razlikujejo od splošnega vzorca. Starejši potniki imajo raje obalne destinacije in pogosto potujejo, po drugi strani pa se pogosteje zanašajo na organizirane skupine in tradicionalne vire informacij. Javni promet in nastanitve ocenjujejo kot zelo dostopne, kar odraža dejstvo, da so se njihove izbrane destinacije uspešno prilagodile njihovim potrebam. Njihovo digitalno udejstvovanje je občutno nižje, saj jih več kot polovica ne uporablja digitalnih storitev in večina nikdar ne uporablja spletnih virov za dostopanje do informacij o dostopnosti. Kljub temu spletne turistične strani višje ocenjujejo kot splošni vzorec, morda zaradi omejene izpostavljenosti ali pa nižjih pričakovanj. Ugotovitve potrjujejo pomembnost prilagojenih rešitev za starejše potnike. Izboljšanje tradicionalnih kanalov podpore in razvoj poenostavljenih digitalnih vmesnikov lahko pomagata zadovoljiti posebne potrebe te skupine. Z obravnavanjem fizičnih in digitalnih izzivov lahko dostopni turizem postane bolj vključujoč in zagotovi, da starostne omejitve ne ovirajo možnosti uživanja v dragocenih potovalnih izkušnjah.

II. DEL

Tehnične ugotovitve
kvantitativne čezmejne
raziskave

II.1. Družbeno vključujoči in odgovorni turizem

Turizem je mogočna globalna sila, ki prispeva h gospodarski rasti, kulturni izmenjavi, okoljski trajnosti in razvoju skupnosti. Poleg svojega gospodarskega učinka turizem goji kulturno razumevanje, saj imajo ljudje priložnost izkusiti nove tradicije in priti v stik z novimi perspektivami, sočasno pa je mogoče promovirati varstvo okolja in ohranjanje krajev svetovne dediščine in lokalnih običajev (Corvo, Soligo & Zago, 2023). Ta aktivnost ima tudi enega največjih potencialov za družbeno vključevanje in osebno rast (Zago, 2008; Terraneo & Tognetti Bordogna, 2021). Na potovanjih imajo ljudje možnost srečati se z drugimi kulturami, sodelovati v medkulturni izmenjavi in doživeti izpopolnjujoče trenutke. Za ljudi z invalidnostmi ima turizem še večji pomen, saj je priložnost za spodbujanje socializacije in integracije v kolektivno življenje (Monaco, 2019; Di Santo, 2024).

Neposreden stik z novimi realnostmi in kulturami na popotovanjih obogati tako popotnike kot tudi ciljne kulture; po eni strani lahko ljudje z invalidnostmi razširijo svoje socialne mreže in razvijejo občutek večje samostojnosti; po drugi strani pa imajo gostiteljske skupnosti korist od izpostavljenosti raznolikosti in drugačnim sposobnostim, ki so morda zapostavljene. Da bi v celoti izkoristili prednosti turizma – predvsem socializacijo –, mora biti njegov glavni cilj vključevanje, torej morajo biti potovanja in turistične izkušnje nujno dostopne. Poleg tega ta vzajemna povezava med najbolj ranljivimi skupinami v družbi in gostiteljsko skupnostjo koristi zapleteni mreži vzpostavljenih odnosov.

Na splošno je odgovoren turizem koncept, ki v središče potovanja in turističnih aktivnosti postavlja etične prakse, trajnost ter spoštovanje lokalnih kultur in okolja (Mowforth & Munt, 2015; Zago, 2020; Spillare, 2020). Če pa upoštevamo še ljudi z invalidnostmi, odgovorno ravnanje postane še bolj celovito. Resnično odgovoren turizem temelji na osnovni potrebi po dostopnosti. Dostopnost postane ključni predpogoj, saj omogoča turizem, ki je več kot le gonilo gospodarskega napredka, temveč postane vključujoč in odgovoren in posledično resnični inkubator socialnega vključevanja. S tem pristopom je težišče postavljeno na posameznika, njegove specifične potrebe, zahteve in potencial, še posebej na področju snovanja in promoviranja turističnih doživetij.

II.1.1. Vključevanje in družabnost v turizmu

Turizem sega daleč onkraj individualne izkušnje in je močno sredstvo za socialno in kulturno gradnjo. Émile Durkheim (1893) ga opredeljuje kot orodje za krepitev solidarnosti, ki omogoča posameznikom z različnimi vlogami, da sodelujejo pri zagotavljanju pravične in skupne izkušnje. Erving Goffman (1963) je poudaril, da je turizem neke vrste »družbeni oder«, na katerem lahko posamezniki, ki veljajo za »drugačne«, na novo opredelijo svojo javno identiteto in se spopadejo s stigmo, ki jih pogosto spremlja. Axel Honneth (1995) je poudaril, da je priznanje ključno za samorealizacijo posameznika in da lahko zlasti turizem ponudi izkušnjo, v kateri ljudje z invalidnostmi prek družbene interakcije pridobijo takšno priznanje.

V povezavi s priznavanjem so se nekateri (Richards *et al.*, 2010; Small, 2015) navezovali na tako imenovani »turistični pogled« Johna Urrya (2011) za predruženje dojemanja invalidnosti, ko posamezniki s specifičnimi potrebami aktivno sodelujejo v turističnih izkušnjah, še posebej v okoljih, kjer ljudje brez in z invalidnostmi delijo izkušnje v istem okolju. V takih primerih se spremeni pogled opazovalcev brez invalidnosti, kar vodi v prepoznavanje in vključevanje raznolikosti.

Po mnenju Baumana (1996, 2003) turizem v kontekstu »tekoče moderne« deluje kot orodje za oblikovanje individualne in skupinske identitete. Vključujoč turizem ni le individualna pravica, temveč tudi priložnost za okrepitev socialne kohezije in solidarnosti med skupinami. Z obiskovanjem različnih krajev in spoznavanjem drugačnih kultur lahko ljudje z in brez invalidnosti delijo skupne izkušnje, premagujejo stereotipe in razvijajo nove oblike medsebojnega priznavanja.

Že iz tega kratkega in uvodnega pregleda »socialnega potenciala« turizma je mogoče razbrati koristi, ki jih ponuja posameznikom in zlasti osebam z invalidnostmi.

Turizem lahko predvsem znatno prispeva k povečanju samostojnosti, psihičnega blagostanja in samozavesti. Darcy in Buhalis (2011) poudarjata, da je ravno dostop do turističnih izkušenj ključni element za izboljšanje kakovosti življenja, saj nudi ljudem z invalidnostjo priložnost za raziskovanje novih okolij, dostopanje do širših socialnih mrež in razvijanje večjega občutka samostojnosti. Pagan (2012) trdi, da lahko turistične izkušnje zmanjšajo občutek osamljenosti, ki pogosto preveva vsakdanjik posameznikov z gibalnimi ali kognitivnimi okvarami, saj ustvari priložnosti za interakcijo in aktivno sodelovanje v družabnem življenju. V povezavi s tem je raziskava organizacije CERPA Italia Onlus (2020) zaključila, da 68 % ljudi z invalidnostmi potovanja ne dojemajo le kot priložnost za oddih, temveč tudi kot orodje za osebno rast in blagostanje.

Na ravni ustanov Beli članek o dostopnem turizmu (Predsedstvo Sveta ministrov, 2013) poudarja, da pravično omogočanje dostopa do turističnih priložnosti izboljša kakovost življenja ljudi z invalidnostmi. Poročilo o dostopnosti na potovanjih (WHO, 2023) prav tako navaja, da ima 16 % svetovnega prebivalstva posebne potrebe pri dostopnosti in da bi več poudarka na tem deležu potnikov spodbudil tako gospodarsko rast v mnogih regijah kot tudi socialno kohezijo na svetovni ravni.

II.1.2. Odgovornost in družabnost v turizmu

Videli smo, kako vključujoč turizem spodbuja socialno interakcijo med posamezniki z ali brez invalidnosti, izboljša njihovo blagostanje in ustvarja vzajemne odnose med gostujočo skupnostjo in obiskovalci. Kot je poudarjeno v uvodu, ta vzajemnost vodi do predruženja, kako vpleteni akterji dojemajo svojo odgovornosti. Poudarek ni več izključno na vprašanjih, kot sta prenatrpanost ali degradacija okolja; namesto tega postanejo osrednje potrebe in zmožnosti posameznikov, zlasti med oblikovanjem in promocijo turističnih doživetij.

V zvezi s tem je koristno omeniti pojma »univerzalna zasnova« in »zasnova za vse«. Univerzalna zasnova je pristop k snovanju okolij, izdelkov in storitev s ciljem, da so dostopni, uporabni in prijetni za vse ljudi, ne glede na njihove sposobnosti, starost ali

fizične in kognitivne sposobnosti. Cilj je odpraviti ovire in ustvariti rešitve, ki jih lahko uporablja čim več ljudi. Ta pristop že sam po sebi odpravlja potrebo po prilagoditvah ali posebnih zasnovah, zato omogoča prilagodljive rešitve za vse in se uporablja za fizično infrastrukturo, komunikacijo in digitalne storitve (Mace, 1998; Steinfeld & Maisel, 2012). Po drugi strani je Svet Evrope (2001) vpeljal termin zasnova za vse kot: »Oblikovanje okolij, izdelkov in storitev na tak način, da jih lahko v največji možni meri uporabljajo vsi ljudje, brez potrebe po posebnih prilagoditvah.« Avila & Rodríguez (2008) pišeta: »Zasnova za vse je koncept, ki presega dostopnost in vključuje načelo socialne vključenosti ter aktivno sodelovanje vseh posameznikov, ne glede na njihove sposobnosti ali omejitve.«

Oba pristopa sta bila aplicirana na snovanje struktur in aktivnosti v številnih evropskih turističnih destinacijah za izboljšanje vključenosti in infrastrukturne trajnosti (European Accessibility Act, 2019).

Uspešne implementacije so vidne v mestih, kot sta Berlin (Berlin Barrier-Free, Visit Berlin, 2022) in Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2021), kjer je univerzalna zasnova sestavni del odgovornih turističnih strategij. V Italiji sta Nacionalni načrt za urbano dostopnost (ISTAT, 2021) in projekt Turizem za vse (CERPA Italia Onlus, 2020) uvedla prakse za dostopnost v večjih kulturnih in naravnih destinacijah. Tudi Slovenija je uvedla univerzalno zasnovo s programom Slovenia Green & Accessible, ki zagotavlja dostopnost turistične infrastrukture v promociji okoljske in družbene trajnosti (Slovenian Tourist Board, 2023). Pomemben primer je Triglavski narodni park, ki je razvil dostopne poti brez ogrožanja okoljske celovitosti (Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport, 2023). Po podatkih poročila Dostopna EU (2023), destinacije, ki uvedejo odgovorne in dostopne turistične strategije, ne le izboljšajo potovalne izkušnje, temveč tudi prispevajo k ohranjanju lokalnih okolij in skupnosti. Te strategije pomagajo ublažiti negativne učinke masovnega turizma in ustvarijo bolj avtentične in spoštljive interakcije med obiskovalci in prebivalci.

Izkušnje kažejo, kako integracija politik, usmerjenih v vključevanje, izboljšuje kakovost življenja invalidov, obenem pa povečuje privlačnost za turiste in ima pozitiven gospodarski učinek. Upoštevanje vključevanja že v zgodnjih fazah načrtovanja infrastrukture, storitev, izdelkov in dejavnosti ne pomeni le določitve končnega cilja, temveč je odločen prvi korak oblikovalcev politik in zainteresiranih strani k prevzemu odgovornosti in reševanju socialne ranljivosti.

II.1.3. Izzivi dostopnosti

Dostopnost v turizmu je vedno pomembnejše vprašanje, ki poleg invalidov zadeva tudi starejše, družine z otroki, osebe z začasno gibalno oviranostjo in vse, ki bi lahko imeli koristi od bolj vključujočega okolja. Svetovna turistična organizacija (2016) opredeljuje dostopni turizem kot: »Vrsta turizma, ki zagotavlja splošni dostop do turističnih produktov, storitev in okolij brez ovir za osebe z invalidnostmi ali posebnimi potrebami.« Cilj je omogočiti vsem ljudem, da lahko varno, udobno in samostojno potujejo.

Dostopnost je mogoče naslavlјati na različnih ravneh:

- *Fizična*. Turistični objekti brez ovir (klančine, dvigala, prilagojene sanitarije, itn.).
- *Digitalna*. Spletne strani, aplikacije in platforme za rezervacije, ki se skladajo s standardi WCAG za ljudi z vizualnimi in kognitivnimi okvarami.
- *Senzorna*. Taktilne oznake poti, avdio vodiči, prevodi v znakovni jezik.
- *Kulturna*. Izobraževanje za turistične delavce za boljše storitve in vključenost.

Dostopnost v turizmu je po eni strani pravica, kot jo določa Konvencija Združenih narodov o pravicah invalidov (2006), lahko pa jo dojemamo tudi kot gospodarsko priložnost. Po podatkih Evropske komisije (2015) ima več kot 15 % svetovnega prebivalstva neko invalidnost². Če vključimo družinske člane, negovalce in prostovoljce, trg dostopnega turizma obsega več kot milijardo potencialnih potnikov. Glede pravic se je koristno sklicevati na »paradigmo mobilnosti« Johna Urryja (1990, 2002). Urry poudarja, da dostopnost ne le izboljša potovalno izkušnjo invalidov, ampak simbolizira tudi bolj pravično družbo. Ta perspektiva obravnava mobilnost (tako fizično kot socialno) kot ključni element sodobnih odnosov. Ključni vidik te teorije je spoznanje, da sposobnost gibanja – znana tudi kot potencial mobilnosti – ni enakomerno porazdeljena. Nekateri ljudje uživajo v »koridorjih gladkih potovanj«, medtem ko se drugi soočajo z znatnimi strukturnimi in socialnimi ovirami, ki jim otežujejo potovanje.

Potniki z invalidnostmi se pogosto iz prve roke srečujejo z mobilnostno neenakostjo. Arhitekturne, prometne ali informacijske ovire lahko preprosto potovanje spremenijo v zapleten izziv. Njihova pravica do mobilnosti je pogosto omejena zaradi strukturnih in socialnih omejitev. Po mnenju Darcyja (2010) preprostost potovanja za mnoge zdrave turiste pogosto zakriva ovire, s katerimi se srečujejo potniki s posebnimi potrebami. Urryjeva »paradigma mobilnosti« nam pomaga razumeti, da je mobilnost neenakomerno porazdeljen vir, na katerega vplivajo socialno-tehnološki dejavniki (transportna infrastruktura, tehnologija, politike), ki olajšujejo ali otežujejo potovalne izkušnje, odvisno od zmožnosti posameznika.

Resničnost Urryjeve trditve razkrivajo mnogi dejavniki. Eden najpomembnejših je čas, zlasti v smislu pogostosti in trajanja potovalnih izkušenj. Za ljudi s posebnimi potrebami je možnost rednega potovanja priložnost v prostem času in tudi pomembna priložnost za vzpostavljanje in krepitev socialnih odnosov z drugimi potniki in gostiteljskimi skupnostmi. Glede na Poročilo o dostopnosti potovanj (WHO, 2023) dostopnost infrastrukture in prisotnost socialnih podpornih mrež pomembno vplivata na pogostost potovanj ljudi s posebnimi potrebami. V Italiji po podatkih ISTAT (2021) ljudje z invalidnostmi v povprečju manj pogosto potujejo kot splošna populacija, predvsem zaradi fizičnih ovir in dodatnih stroškov, povezanih z dostopnostjo. V preteklih nekaj letih so bile vpeljane nekatere ciljne iniciative za izboljšanje te situacije. En primer je program Dostopni turizem Lazio, ki je uvedel gospodarske spodbude in podporne storitve za spodbujanje turistične mobilnosti posameznikov z invalidnostmi (Regione Lazio, 2022). V deželi Trentino – Zgornje Poadižje so v projektu »Gore za vse« uredili veliko poti in gorskih koč, da so postale dostopne, s čimer so omogočili mnogim

² Leta 2023 je imelo 27 % prebivalcev Evropske unije nad 16. letom starosti neko vrsto invalidnosti. To pomeni 101 milijonov ljudi oziroma enega od štirih odraslih v EU: 20,6 % v Italiji, 21,6 % v Sloveniji (<https://www.consilium.europa.eu>).

posameznikom z invalidnostmi, da se udeležijo planinskih aktivnosti (Trentino Marketing, 2023).

Invalidnost in širše gledano ranljivost pomembno vplivata tudi na trajanje potovanj in počitnic. V Italiji potniki z invalidnostjo ponavadi preživijo manj dni na počitnicah kot je nacionalno povprečje (ISTAT, 2021). Tudi v tem primeru so bile v čezmejnih območjih uvedene številne dobre prakse za preprečevanje tega pojava. Na nacionalni ravni je program Barrier-Free Vacations (Počitnice brez ovir) v Emiliji-Romanji uvedel turistične pakete, ki ponujajo popuste za daljše bivanje v dostopnih namestitvah, kar zagotavlja večje udobje in samostojnost potnikom s posebnimi potrebami (Regione Emilia-Romagna, 2022). V Trentino – Zgornje Poadižje so številni hoteli in gorske koče sprejeli ukrepe za bolj vključujoče bivanje, saj ponujajo opremljene sobe, osebno asistenco in dostopne aktivnosti, kot so vodeni pohodi in prilagojene športne aktivnosti (Trentino Marketing, 2023). Na mednarodni ravni je Slovenija sprejela podoben pristop s strategijo Slovenia Green & Accessible, ki spodbuja ustanavljanje hotelov in letovišč, zasnovanih tako, da turistom s posebnimi potrebami zagotavljajo daljše in udobnejše bivanje (Slovenska turistična organizacija, 2023). Destinacije, kot sta Ljubljana in Blejsko jezero, so se izkazale s svojo ponudbo vključujočih turističnih objektov, vključno z nastanitvami, ki nudijo dodatne storitve, dostopnim transportom in dejavnostmi, zasnovanimi za goste z gibalno oviranostjo.

Vendar čas ni edini vidik, ki razkriva, kako je mobilnost neenakomerno porazdeljena in da gre za zapleten pojav, poln izzivov, ki jih je pogosto težko premagati. Izbira namestitve je še en ključni dejavnik za zagotavljanje ugodne in dostopne potovalne izkušnje. Razpoložljivost ustreznih namestitvenih zmogljivosti je bistvena, da lahko invalidi načrtujejo in doživijo počitnice brez ovir. Kot poudarja Beli člani o dostopnem turizmu (Predsedstvo Sveta ministrov, 2013), ljudje z invalidnostmi potrebujejo hotelske nastanitve, ki zagotavljajo visoke standarde udobja in varnosti, prostorne sobe, ustrezno opremljene sanitarije, notranje poti brez arhitekturnih ovir in osebje, usposobljeno za sprejem gostov s posebnimi potrebami. V Italiji je projekt Accessible Hospitality vključeval številne nastanitvene objekte, ki so potrdili skladnost z merili dostopnosti in zagotovili namenske storitve, kot so opremljene sobe, dostopne sanitarije in osebje, usposobljeno za gostoljubnost (Federalberghi, 2023). V Sloveniji je program Slovenia Green & Accessible spodbudil prenovu hotelov in letovišč, da ponujajo dostopne prostore in vključujoče storitve, kot odziv na naraščajoče povpraševanje po dostopnem turizmu (Slovenska turistična organizacija, 2023).

Drug ključni vidik so dejavnosti, ki se izvajajo med potovanjem in počitnicami. Te dejavnosti so te bistvene za zadovoljstvo potnikov in splošno kakovost turistične izkušnje. Za ljudi s posebnimi potrebami je dostop do različnih dejavnosti brez ovir glaven za zagotavljanje vključujoče izkušnje. Glede na študijo Observatorija za dostopni turizem (2023) 80 % ljudi s posebnimi potrebami navaja, da dajejo prednost multisenzornim dejavnostim in specializiranim vodnikom, saj jih štejejo za bistvene za samostojno in poglobljeno doživetje turističnih znamenitosti.

V Italiji več destinacij vloga v izboljšanje dostopnosti turističnih dejavnosti. Projekt Turizem za vse v Emiliji-Romanji je razvil poti za obiskovalce v večjih kulturnih znamenitostih, s čimer je zagotovil dostopnost do muzejev in naravnih parkov v regiji (Regione Emilia-Romagna, 2022). Poleg tega so v Trentino – Zgornje Poadižje gorske pohode naredili dostopne z uvedbo specializirane opreme, kot so joelettes oz.

enokolesni treking stoli, ki omogočajo osebam z gibalnimi omejitvami, da s pomočjo pomočnikov prečkajo tudi zahtevne poti (Dolomiti UNESCO, 2021; Trentino Marketing, 2023). Te pobude vključujejo usposabljanje osebja in prilagajanje nastanitvenih objektov, kot so koč, opremljene z dostopnimi klančinami, dostopnimi sanitariji in skupnimi prostori, prilagojenimi potrebam obiskovalcev s posebnimi potrebami. Na podlagi sodelovanja med javnimi institucijami, združenji in turističnimi ponudniki se je ustvaril ekosistem, v katerem se lahko invalidi udeležujejo vodenih izletov, varno sodelujejo v dejavnostih na prostem in imajo dostop do ustreznih podpornih storitev. Druga gorska območja, kot je Valle d'Aosta, sledijo podobnim modelom, razvijajo prilagojene poti in ponujajo specializirano opremo za spodbujanje mobilnosti na visokih nadmorskih višinah (Regione Valle d'Aosta, 2023).

II.2. Dobre prakse na čezmejni in evropski ravni

Dobre prakse so ključne za razvoj dostopnega turizma, saj ponujajo preizkušene in učinkovite rešitve za izboljševanje vključenosti in kakovosti storitev. Služijo kot merilo uspešnosti za destinacije in usmerjajo zainteresirane deležnike pri načrtovanju infrastrukture, ustvarjanju storitev in izvajanju politik, ki so prilagojene različnim potrebam. Izmenjava uspešnih primerov spodbuja inovativnost, navdihuje sodelovanje in zagotavlja, da dostopnost postane sestavni del načrtovanja turizma. Uveljavljanje dobrih praks destinacijam pomaga, da si pridobijo zaupanje, privabijo širše občinstvo in se uveljavijo kot vodilne destinacije na področju trajnostnega in vključujočega turizma.

Ta sklop predstavlja dobre prakse na evropski, italijanski in slovenski ravni, s posebnim poudarkom na čezmejnem območju programa Interreg Italija-Slovenija in izkušnjah partnerstva (ali drugih projektih na ravni Interreg). Dobre prakse se nanašajo na različne faze procesa ponudbe in potrošnje v turizmu: pred potovanjem (organizacija, promocija itd.), med potovanjem (namestitve, prehrana, storitve itd.) in po potovanju (povratne informacije itd.), s posebnim poudarkom na uporabi novih tehnologij.

II.2.1. *Pred potovanjem*

Vključujoče načrtovanje se začne že dolgo pred odhodom, in sicer z dostopnostjo in točnostjo promocijskih orodij in informacij. Podatkovne zbirke in spletni portali so med glavnimi sredstvi, s katerimi je mogoče informacije in promocijo dostopnega turizma narediti učinkovite in uspešne za ranljive skupine potnikov.

Na evropski ravni je primer odličnosti Pantou, evropski imenik dostopnega turizma, ki je bil prvotno ustvarjen v imenu Evropske komisije. Pantou je brezplačen portal, na katerem se lahko registrirajo ponudniki dostopnega turizma iz vse Evrope, potniki s posebnimi potrebami pa lahko iščejo namestitve, restavracije, prevoz in dostopne storitve v kateri koli državi. Pantou, ki je nastal na podlagi evropske študije o tem sektorju iz leta 2014, je od takrat razširil svoj obseg in vključil tudi ponudnike zunaj EU. Postal je dragoceno promocijsko in načrtovalno orodje za turiste s posebnimi potrebami, starejše, družine z majhnimi otroki ali posameznike s posebnimi prehranskimi in zdravstvenimi potrebami (Pantou, 2025).

Glede čezmejnih območij je najboljša praksa projekt »Regija za vse« v regiji Furlanija-Juljska krajina. Od leta 2015 je PromoTurismoFVG v sodelovanju z Regionalnim svetom za invalide in njihove družine Furlanije-Juljske krajine začel izvajati pobudo »Regija za vse« (PromoTurismoFVG, 2025). Glavni cilj je izboljšati dostopnost regionalne turistične ponudbe, tako da se v središče turističnega sistema postavijo potrebe vsakega posameznika.

V praksi to pomeni, da usposobljeni tehniki opravijo inšpekcijske preglede na kraju samem in zbirajo podatke o parametrih, kot so širina vrat, prisotnost klančin, taktilna signalizacija in drugo. Vsaka turistična lokacija je nato ovrednotena z indeksom dostopnosti od 0 do 3 (predstavljen z barvnimi ikonami), ki uporabnikom omogoča takojšen pregled nad stopnjo dostopnosti. Tak pregleden sistem kartiranja in informacij potnikom omogoča, da vnaprej ocenijo, ali destinacije in storitve ustrezajo njihovim posebnim potrebam, da lahko samostojno in varno načrtujejo svojo pot.

Poleg podatkovnih baz in spletnih portalov so se kot koristno informacijsko orodje izkazali tudi sistemi certificiranja, ki potnikom pomagajo sprejemati premišljene odločitve.

V Flandriji (Belgija) turistična organizacija VisitFlanders od leta 2001 razvija akcijski načrt za dostopni turizem s sistemom oznak A in A+, ki potrjuje dostopnost namestitev, muzejev in centrov za obiskovalce (VisitFlanders, 2025). Na spletni strani VisitFlanders uporabnikom pri iskanju dostopnih objektov pomaga »Accessibility Finder« (iskalnik dostopnosti), ki ponuja podrobne podatkovne liste in specializirane brošure s certificiranimi objekti in potmi brez ovir.

Pri zagotavljanju bistvenih informacij za načrtovanje potovanja je sicer pomembno sporočilo in orodje za podajanje tega sporočila, vendar je enako pomembno tudi to, kako se te informacije delijo. Portal »FVG za vse« na primer ponuja regionalne turistične vodiče v formatu Easy-to-Read (E2R), ki so enostavni za branje in razumevanje, ter videoposnetke v italijanskem znakovnem jeziku (LIS), ki so bili posneti v sodelovanju z Radio Magica (PromoTurismoFVG, 2025).

Podobno je evropski projekt Visits4U (sofinanciran iz programa COSME) uvedel uporabo informacij Easy Read in videoposnetkov v mednarodnem znakovnem jeziku za promocijo vključujočih turističnih paketov³.

Ta poudarek na univerzalni komunikaciji povečuje doseg dostopnega turizma, saj se dobra dostopnost začne z dostopom do informacij.

II.2.2. Med potovanjem

V fazi načrtovanja so položeni temelji za pozitivno potovalno izkušnjo, med potovanjem pa se mora dostopnost realizirati. Dobre evropske in čezmejne prakse v tej fazi so usmerjene v zagotavljanje prevoza brez ovir, vključujoče gostinstvo in dobro usposobljeno osebje, ki vsem gostom učinkovito pomaga in ustvarja pozitivno izkušnjo za vse.

Svoboda gibanja je bistvena za vključujoč turizem. V Evropi obstajajo napredni standardi in inovativni projekti za izboljšanje vseh vrst prevoza, od mest z nizkopodnimi avtobusi in dostopnimi tramvaji do letališč, opremljenih s posebnimi storitvami asistence. Uveljavljena evropska dobra praksa je tudi storitev pomoči na železniških postajah: v Italiji na primer Blue Rooms (Rete Ferroviaria Italiana) RFI, 2025). V Furlaniji-Juljski krajini je v to omrežje vključenih več večjih postaj (npr. Cervignano-

³ <https://cae.org.uk/project/visits4>

Akvileja, Trst, Videm), ki zagotavljajo, da imajo potniki s posebnimi potrebami na voljo osebje in opremo (kot so dvigalne platforme in invalidski vozički) za varno vkrcanje.

Poleg infrastrukture inovativni pristopi k oblikovanju vse bolj vključujejo tudi same uporabnike. Evropski projekt TRIPS (Transport Innovation for Persons with Disabilities – Inovacije v prometu za invalide) je v sedmih mestih (Lizbona, Zagreb, Bologna, Cagliari, Bruselj, Sofija in Stockholm) preizkusil pristop sooblikovanja javnih prometnih sistemov, ki združuje ljudi z invalidnostjo in urbane načrtovalce (Trips Project, 2025). To sodelovanje je pripeljalo do razvoja orodij, kot je »indeks mobilne ločnice«, ki ocenjuje dostopnost mestnega prometa z vidika uporabnika, in do ustanovitve evropskega opazovalnega centra za zbiranje povratnih informacij in podatkov o potovalnih izkušnjah.

Dostopnost se nadaljuje, ko potniki prispejo v hotel, restavracijo ali muzej. Mnoge najboljše prakse v Evropi izhajajo iz gostinskega in hotelskega sektorja, kjer so nekatere hotelske verige sprejele filozofijo »Design for All« (Oblikovanje za vse) za stalno usposabljanje osebja. Najboljši primer je Scandic Hotels, ki je prepoznan po zagotavljanju popolne dostopnosti svojih hotelov (Scandic Hotels, 2025). Scandic ima že več kot desetletje stroge notranje standarde dostopnosti (z več kot 130 merili, vključno s sobami brez ovir in meniji v brajici) in je imenoval direktorja za dostopnost, ki nenehno izboljšuje zmogljivosti in storitve.

Podobno je v Italiji mreža Village for All (V4A) vzpostavila mrežo dostopnih hotelov, kampov in počitniških naselij, pri čemer je uvedla metodo neposrednega preverjanja: strokovnjaki V4A osebno obiščejo vsako nastanitev, z uporabo specializirane programske opreme (V4AInside) ocenijo več kot 1000 parametrov in pripravijo podroben profil dostopnosti za različne potrebe (motorične, senzorične, prehranske itd.) (Village for All, 2025).

Poleg prevoza in namestitve je za vključujoče potovanje potrebna ustrezna ponudba storitev, od dostopnih plaž in naravnih znamenitosti do vodenih kulturnih ogledov, primernih za vse. V Furlaniji-Juljski krajini je projekt »A-mare il mare« zgledna pobuda, ki omogoča dostop do plažnega turizma tudi osebam z gibalnimi omejitvami. Z nacionalnim in regionalnim financiranjem (2022–2024) je regija vključila osem obalnih lokacij (od Lignana Sabbiadoro do Trsta) v program, ki ga koordinira PromoTurismoFVG in vključuje ukrepe, kot so sprehajalne poti, ki vodijo do obale, amfibijski invalidski vozički za plažo, dostopne sanitarije in spletni zemljevid razpoložljivih objektov (PromoTurismoFVG, 2025).

V Furlaniji-Juljski krajini je muzej Revoltella v Trstu v sodelovanju z lokalnimi organizacijami za zagovorništvo invalidov razvil dostopen program ogledov z multisenzornimi izkušnjami (Comune di Trieste, 2025).

Kar zadeva storitve, je še ena dobra praksa program potovanj, bivanja in izletov, ki ga organizira Consorzio Il Mosaico, socialno kooperativno združenje v Furlaniji-Juljski krajini⁴. Posebna pozornost je namenjena izbiri dostopnih storitev v potovalnih destinacijah, ki zagotavljajo ravnovesje med prostim časom, kulturo in športnimi doživetji. Med pomembnejšimi projekti v tej zvezi sta Fuorionda, v okviru katerega so

⁴ Consortium Il Mosaico je partner v projektu DATIS.

mladi z različnimi invalidnostmi sodelovali v živih nastopih in rekreativnih dejavnostih v Lignanu, ter vključitev uporabnikov storitev duševnega zdravja v turnir v odbojki na mivki v Riminiju.

II.2.3. Po potovanju

Faza po potovanju se pogosto spregleda pri opredeljevanju informacijskih potreb v zvezi z dostopnim turizmom. Vrnitev potnika domov ne pomeni konca potovanja, ampak je ravno nasprotno trenutek za oceno rezultatov, zbiranje povratnih informacij in uporabo teh podatkov za dodatno izboljšanje dostopnosti. Evropske dobre prakse na tem področju upoštevajo, da je dostopnost proces nenehnega izboljševanja, ki ga spodbujajo povratne informacije potnikov in ocena njihovega zadovoljstva.

Razumevanje prednosti in slabosti potovalne izkušnje lahko zagotovi dragocene informacije o zadovoljstvu potnikov. Na evropski ravni je bilo razvitih več raziskovalnih orodij, ki uporabljajo kvantitativne in kvalitativne metodologije za spremljanje potreb ranljivih potnikov.

Projekti, kot je TRAVELSAT Competitive Index, se osredotočajo na potnike z invalidnostjo, analizirajo glavne ovire, s katerimi se srečujejo, in iščejo rešitve za izboljšanje dostopnosti turističnih destinacij (TRAVELSAT, 2022).

Druga učinkovita strategija je ustvarjanje digitalnih platform in spletnih skupnosti, namenjenih potnikom s posebnimi potrebami.

V Evropi mreža Accessible EU ponuja podrobne ocene namestitev in destinacij, ki temeljijo na neposrednih izkušnjah potnikov (Accessible EU, 2025).

V Furlaniji-Julijski krajini spletna stran »FVG za vse« uporabnikom omogoča, da delijo izkušnje, poročajo o težavah in predlagajo izboljšave, s čimer spodbuja večjo preglednost in aktivno sodelovanje pri oblikovanju turističnih storitev.

Poleg tega je pobuda TravelAbility v Španiji razvila participativno potovalno platformo, na kateri lahko uporabniki predlagajo dostopne poti in prispevajo k izboljšanju splošne izkušnje vključujočega turizma (TravelAbility, 2025).

II.3. Kulturni in družbeni izzivi

Poleg strukturnih in infrastrukturnih izzivov dostopnosti obstajajo tudi kulturne in socialne ovire, ki omejujejo integracijo in enakopravno uživanje turističnih doživetij. Po mnenju Darcyja in Buhalisa (2011) se dostopni turizem ne sme osredotočati izključno na odpravo arhitekturnih ovir, ampak mora vključevati tudi ustvarjanje kulturno občutljivih in socialno prijaznih okolij in storitev za vse obiskovalce. Za doseg tega cilja je potrebna sprememba miselnosti, tako v turističnem sektorju kot v družbi kot celoti, da se premagajo stereotipi in predsodki, ki še vedno oblikujejo dožemanje invalidov v turizmu (Darcy & Dickson, 2009).

II.3.1. Glavni kulturni izzivi

Dostopni turizem prinaša številne in raznolike kulturne izzive. Ena od glavnih ovir je povezana s tem, kako je invalidnost dojeta v kulturi. Po mnenju Oliverja (1990) družbena podoba invalidnosti kaže, da težave, s katerimi se soočajo invalidi, ne izhajajo izključno iz njihovih fizičnih ali senzoričnih omejitev, ampak predvsem iz ovir, ki jih postavlja družba. V kontekstu turizma to pomeni, da nedostopnost ni le problem prostorskega načrtovanja, ampak tudi problem družbenih odnosov in pričakovanj. Ta koncept dodatno podpirata Barnes & Mercer (2010), da družbena konstrukcija invalidnosti pomeni, da vključevanje v turizem ni odvisno le od fizične infrastrukture, ampak tudi od kulture gostoljubnosti in raznolikosti.

Po drugi strani pa, kot poudarja Butler (1993), identiteta osebe s posebnimi potrebami nastaja in se utrjuje skozi socialne interakcije, ki oblikujejo javno mnenje o invalidnosti. To ima neposredne posledice za turizem, kjer pričakovanja glede potnikov z običajnim razvojem pogosto izključujejo turiste s posebnimi potrebami iz prevladujočih predstav o idealnem potniku (Pritchard et al., 2011).

McKercher & Darcy (2018) poudarjata, da dostopni turizem ni zgolj tehnično vprašanje, ampak je globoko zakoreninjen v oblikovanju tipičnega profila popotnika. V tem smislu niso le fizične ovire tiste, ki oblikujejo turistične izkušnje invalidov, ampak tudi turistična predstava, ki še naprej daje prednost telesno sposobnim posameznikom, s čimer se okrepi marginalizacija invalidnosti v turističnem sektorju, ki je včasih nenamerna.

Kot ugotavljajo Poria, Reichel in Brandt (2010), številne turistične ustanove ne upoštevajo specifičnih potreb turistov z invalidnostmi preprosto zato, ker se ne zavedajo njihovih potreb in imajo omejeno predstavo o tem, koliko so sposobni samostojnega potovanja. Poleg tega mediji in oglaševanje še vedno izključujejo invalide iz promocijskih slik in sporočil o turističnih destinacijah, s čimer utrjujejo prepričanje, da je turizem dejavnost, namenjena le tistim, ki nimajo fizičnih ali senzornih omejitev (Pritchard et al., 2011).

Drug pomemben dejavnik je vpliv kulturnih stereotipov. Po mnenju Buhalisa & Darcyja (2011) se dostopni turizem še vedno obravnava kot nišni trg in ne kot sestavni del celotne turistične ponudbe. Takšno razumevanje omejuje naložbe v sektor in omejuje

število dostopnih možnosti za potnike s posebnimi potrebami. Poleg tega so različne raziskave pokazale, da se do turistov z invalidnostmi pogosto obnašajo pokroviteljsko in prekomerno zaščitniško, namesto da bi spoštovali njihovo avtonomijo (Richards, Pritchard & Morgan, 2010).

Glavne kulturne ovire, ki preprečujejo širšo uveljavitev dostopnega turizma, lahko povzamemo takole:

- *Stereotipi in predsodki.* Dojemanje invalidnosti kot nekakšno šibkost ali omejitev vodi do pokroviteljskega obnašanja, kar zmanjšuje avtonomijo posameznikov z invalidnostmi (Shakespeare, 2013).
- *Zastopanost v medijih in turističnem oglaševanju.* Pomanjkanje vključujočih slik in zgodb krepí idejo, da je turizem dejavnost, primerna samo za ljudi brez invalidnosti (Poria, Reichel & Brandt, 2010).
- *Pomanjkanje zavedanja med turističnimi ponudniki.* Mnogi strokovni delavci se ne zavedajo, da so ljudje z invalidnostmi tudi njihove stranke, s čimer omejujejo razpoložljivost dostopnih storitev (Buhalis & Darcy, 2011).
- *Pomanjkanje vključenosti v izobraževalne programe na področju turizma.* Gostinske in turistične šole in izobraževalni programi za turistične delavce redko vključujejo namenske module o dostopnosti in kako sprejeti ljudi z invalidnostmi (McIntosh & Harris, 2012).
- *Težave v družbenem sprejemanju invalidnosti v turističnih kontekstih.* Nekateri še vedno dojemajo prisotnost posameznikov z invalidnostmi v javnih turističnih prostorih kot izjema, kar vodi v pomanjkljivo naslavljanje njihovih potreb (Darcy & Buhalis, 2011).
- *Komunikacijske in jezikovne ovire.* Odsotnost dostopnih informacij v več jezikih, pomanjkanje turističnih vodičev, usposobljenih v vključujoči komunikaciji in nezadostno prilagojeni napisi kaznujejo turiste s senzornimi ali kognitivnimi okvarami (Richards *et al.*, 2010).
- *Pomanjkanje aktivnega vključevanja ljudi z invalidnostmi v turistično načrtovanje.* Odločitve o dostopni infrastrukturi in storitvah so pogosto sprejete brez neposrednega sodelovanja ljudi z invalidnostjo, kar vodi v sprejemanje neučinkovitih ali nepopolnih storitev (Barnes & Mercer, 2010).
- *Težnja k segregaciji v turizmu.* Mnogi turistični paketi, zasnovani za ljudi z invalidnostmi, so ločeni od splošne ponudbe, s čimer se zmanjšajo priložnosti za družbeno vključevanje (Oliver, 1996).

II.3.2. Glavni družbeni izzivi

Nič manj zahtevni in pomembni niso družbeni izzivi, s katerimi se srečuje dostopni turizem. Po mnenju Darcya, Camerona in Pegga (2010) odsotnost kulture dostopnosti med turističnimi ponudniki ustvarja izključujoče in ne vključujoče okolje. Poleg tega McKercher in Darcy (2018) poudarjata, da se poleg fizičnih ovir invalidi soočajo tudi z nevidnimi družbenimi ovirami, kot so nezaupanje drugih turistov ali pomanjkanje empatije s strani ponudnikov.

Drug pomemben dejavnik je pomanjkanje ustreznega informacijskega sistema. Mnogi turisti z invalidnostmi pogosto poročajo o težavah pri pridobivanju zanesljivih in ažurnih informacij o dostopnosti destinacij, kar omejuje njihovo sposobnost samostojnega načrtovanja potovanj (Buhalis & Darcy, 2011).

Pomanjkanje stikov med turisti z invalidnostmi z drugimi potniki je še en pomemben izziv. Richards, Pritchard in Morgan (2010) poudarjajo, da težnjo k segregaciji v dostopnem turizmu spodbuja ustvarjanje ločenih storitev namesto vključevanja v tradicionalne turistične ponudbe. Ta ločnica povzroči, da se invalidnost še naprej dojema kot »drugačnost« in ne kot nekaj, kar je del človeške raznolikosti.

Nizka udeležba ljudi z invalidnostmi v strateških odločitvah glede dostopnega turizma pogosto vodi do tega, da so razvite infrastrukture in storitve, ki ne izpolnjujejo dejanskih potreb uporabnikov (Barnes & Mercer, 2010). S pogostejšim vključevanjem združenj, ki zastopajo ljudi z invalidnostmi, v procese oblikovanja bi lahko premostili to vrzel in zagotovili učinkovitejše in trajnejše rešitve.

Na evropski ravni je še en pomemben izziv neenotnost zakonodaje v državah EU. Čeprav je Evropska unija sprejela različne direktive in uredbe za spodbujanje bolj dostopnega turizma, so še vedno velike razlike v tem, kako se ti standardi uporabljajo v različnih državah članicah. Priestley (2003) poudarja, da neenotna zakonodaja otežuje standardizacijo dostopne infrastrukture in storitev na ravni celine.

Evropski zakon o dostopnosti (EAA), sprejet leta 2019, je prinesel napredek pri opredeljevanju skupnih standardov za izboljšanje dostopnosti v ključnih sektorjih, vključno s prometno in turistično infrastrukturo. Kljub temu se njegovo izvajanje razlikuje od države do države, mnoge države članice pa določb še niso v celoti vključile v svojo zakonodajo (Evropski forum invalidov, 2022). V Italiji zakonodaja o dostopnosti v turizmu temelji na vrsti predpisov, vključno z Zakonom št. 13/1989 o odpravi arhitekturnih ovir in Turističnim zakonikom (zakonski odlok 79/2011), ki izrecno spodbuja dostopni turizem, vendar ni enotno uporabljan na nacionalni ravni (Sereni, 2020).

Na čezmejnem območju med Italijo in Slovenijo razlike v zakonskih zahtevah dodatno otežujejo oblikovanje enotnih dostopnih turističnih poti. Medtem ko je Italija sprejela stroge predpise o odpravi arhitekturnih ovir v javnih objektih, so v Sloveniji nekateri predpisi manj zavezujoči, kar otežuje oblikovanje enotne turistične ponudbe za obiskovalce z invalidnostmi (Zajadacz, 2020).

Ta pomanjkljiva usklajenost predpisov negativno vpliva na podobo Evrope kot dostopne in vključujoče destinacije, saj turiste z invalidnostmi odvrča od potovanj po različnih državah iz strahu, da bi naleteli na nepričakovane ovire. Bolj usklajene politike dostopnosti med državami članicami bi lahko omogočile bolj gladko turistično izkušnjo in povečale privlačnost evropskih destinacij za večje število obiskovalcev (Zago, 2011 in 2017).

Kot že omenjeno, bo vprašanje usposabljanja turističnega osebja bolj podrobneje obravnavano v tretjem poglavju tega poročila. Vendar pa je že v tej fazi primerno podati nekaj preliminarne ugotovitve. Darcy, Cameron in Pegg (2010) poudarjajo, da večina turističnih ponudnikov ne prejme posebnega usposabljanja o invalidnosti in dostopnosti, kar pogosto vodi do neprimerne ali nerodnega ravnanja do turistov z

invalidnostjo. Ta vidik potrjuje študija, izvedena v Furlaniji-Juljski krajini, ki je ugotovila, da ima le 20 % hotelov in nastanitvenih objektov osebje, usposobljeno za komuniciranje z gosti z invalidnostmi (FVG Turismo, 2022).

Drug izziv je tako imenovana »socialna zadržanost«, tj. težava tipično razvitih posameznikov, da ne sprejmejo invalidnosti kot sestavni del javnega življenja in v tem primeru turizma. Kot poudarja Ranci (2019), se invalidnost še vedno obravnava kot marginalni vidik družbe in se pogosto obravnava z usmiljenjem, namesto da bi se k njej pristopalo z vidika pravic. Zaradi tega se mnogi invalidi v tradicionalnih turističnih okoljih počutijo nezaželeni. Ciani (2018) obravnava tudi vprašanje odnosa med potniki z in brez invalidnosti. Po mnenju tega avtorja nizka vidnost invalidnih oseb v turističnih kontekstih ustvarja začaran krog: bolj kot so turistične destinacije nedostopne, manj invalidnih oseb potuje in manj se zazna njihova prisotnost kot aktivnih potnikov.

S socialno-ekonomskega vidika mnogi turistični ponudniki dostopnost še vedno obravnavajo kot dodatne stroške in ne kot tržno priložnost. Glede na študijo, ki sta jo opravila Pellegrini in Mazzi (2021), pomanjkanje ozaveščenosti o donosnosti dostopnega turizma vodi do podcenjevanja segmenta potrošnikov, ki bi lahko ustvaril znatno gospodarsko rast, saj invalidi pogosto potujejo s spremljevalci in potrebujejo visokokakovostne posebne storitve.

Druga pomembna težava je izključevanje oseb z invalidnostmi iz procesov načrtovanja in upravljanja dostopnega turizma. Po mnenju De Rose (2017) odločitve v zvezi z dostopnostjo turizma pogosto sprejemajo javni organi ali zasebni izvajalci brez dejanskega vključevanja združenj, ki zagovarjajo interese oseb z invalidnostmi. Posledica tega so neustrezna infrastruktura ali storitve, ki ne izpolnjujejo dejanskih potreb uporabnikov. V Italiji nekatere lokalne izkušnje kažejo, da lahko aktivno vključevanje oseb z invalidnostmi v načrtovanje turizma prinese pozitivne rezultate. Na primer, projekt »Turizem za vse«, ki ga je vzpodbudila regija Emilia-Romagna, je vključil osebe z invalidnostmi v oblikovanje dostopnih poti in prejel zelo pozitivne odzive tako s strani javnosti kot tudi izvajalcev v industriji (Sereni, 2020).

Še ena velika ovira je pomanjkanje podrobnih informacij o tem, kolikšno je povpraševanje po dostopnem turizmu. Kot že omenjeno, vsaj 15 % svetovnega prebivalstva živi z neko obliko invalidnosti. Kljub tej pomembni statistiki številne turistične destinacije še vedno ne zbirajo posebnih podatkov o tem segmentu trga. Posledično tržne strategije in politike razvoja turizma redko upoštevajo potrebe potnikov z invalidnostjo, kar dela to kategorijo turistov nevidno (Buhalis & Darcy, 2011).

Nazadnje omenimo še splošno težavo pri vključevanju dostopnega turizma v glavne turistične tokove. Osebe z invalidnostmi pogosto nehote doživljajo segregacijo v turizmu. Na primer, nekateri nastanitveni objekti ponujajo ločene storitve za osebe z invalidnostmi, namesto da bi vključili dostopne rešitve za vse stranke. Čeprav se ta pristop zdi vključujoč, na koncu poudarja invalidnost kot izjemo, namesto da bi normaliziral njeno prisotnost v turizmu (Oliver, 1996).

Glavne družbene izzive, ki preprečujejo, da bi se dostopni turizem široko uveljavil, lahko povzamemo takole:

- *Pomanjkanje primernega informacijskega sistema.* Težave s pridobivanjem zanesljivih in ažurnih informacij o dostopnosti destinacij, kar omejuje avtonomijo potnikov z invalidnostmi (Buhalis & Darcy, 2011).
- *Segregacija v turizmu dostopnosti.* Ustvarjanje ločenih storitev ohranja dojemanje invalidnosti kot nekakšno »drugačnost« namesto kot del človeške raznolikosti (Richards *et al.*, 2010).
- *Omejeno sodelovanje ljudi z invalidnostmi v strateški odločitvah.* Infrastruktura in storitve pogosto ne zadoščajo dejanskim potrebam uporabnikov, saj v postopku zasnove ni dovolj sodelovanja ljudi z invalidnostmi (Barnes & Mercer, 2010).
- *Pomanjkanje poenotene zakonodaje na evropski ravni.* Zaradi pomanjkanja poenotene zakonodaje je težko standardizirati dostopno infrastrukturo in storitve (Priestley, 2003). Evropski zakon o dostopnosti (2019) je sicer uvedel skupne standarde, a uvajanje ukrepov med državami članicami niha (European Disability Forum, 2022).
- *Pomanjkanje usposabljanja za turistične delavce.* Večina turističnih ponudnikov ne prejme zadostnega usposabljanja o invalidnosti in dostopnosti, kar vodi v neprimerno ravnanje (Darcy, Cameron & Pegg, 2010).
- *Oklevanje družbe in diskriminirajoče dojemanje.* Invalidnost je še vedno dojeta kot marginalni vidik družbe in se obravnava s pomilovanjem namesto z vidika pravic (Ranci, 2019).
- *Dojemanje dostopnosti kot dodaten strošek.* Mnogo turističnih ponudnikov ne zna prepoznati gospodarskega potenciala dostopnega turizma, s čimer prezre velik segment potencialnih strank (Pellegrini & Mazzi, 2021).
- *Izključevanje ljudi z invalidnostmi iz turističnega načrtovanja.* Odločitve v zvezi z dostopnostjo so pogosto sprejete brez vključevanja organizaciji in združenj, ki zastopajo ljudi z invalidnostmi (De Rosa, 2017).
- *Pomanjkanje podatkov o tem, kakšno je povpraševanje po dostopnem turizmu.* Turistične destinacije redko zbirajo podatke o tržen deležu ljudi z invalidnostmi, s čimer jih popolnoma prezrejo (Buhalis & Darcy, 2011).
- *Nenamerna segregacija stran od splošnih turističnih tokov.* Nekateri turistični ponudniki ločujejo storitve, namesto da dostopne storitve vključijo v splošne storitve, s čimer utrjujejo dojemanje invalidnosti kot nekakšne izjeme (Oliver, 1996).

II.4. Javno ozaveščanje in usposabljanje

Kot že omenjeno, je dostopni turizem izziv in priložnost za evropski turistični sektor, saj zagotavljanje vključujoče izkušnje za vse potnike zahteva celosten pristop, ki zajema infrastrukturo, storitve in usposabljanje osebja. V zadnjih letih je vse večje zavedanje o pomembnosti vključevanja privedlo do potrebe po razvoju posebnih programov usposabljanja za turistične ponudnike, da bi izboljšali znanje osebja in kakovost doživetij za osebe z invalidnostmi (UNWTO, 2015).

Vendar pa je usposabljanje na področju dostopnega turizma še vedno razdrobljeno in ni vedno vključeno v tradicionalne akademske in poklicne poti (UNWTO, 2015). Mnogi izvajalci niso ustrezno pripravljeni na dostopnost, turistična podjetja pa pogosto podcenjujejo pomen teh veščin, saj jih v primerjavi s splošnimi dejavnostmi obravnavajo kot nepomembne (Priestley, 2003). Poleg tega že poudarjene razlike v zvezi z dostopnostjo v zakonodajnih okvirih med evropskimi državami otežujejo enotno standardizacijo usposabljanja (Evropski akt o dostopnosti, 2019).

Drug pomemben element je ozaveščanje vseh vpletenih strani, vključno z javnimi institucijami, turističnimi podjetji, trgovinskimi združenji in izobraževalnimi ustanovami. Aktivna vključenost teh akterjev je ključna za premagovanje kulturnih in operativnih ovir, ki pogosto ovirajo sprejemanje dostopnih praks (Pellegrini & Mazzi, 2021). Z ozaveščanjem ustvarimo po eni strani boljše razumevanje pravic oseb z invalidnostmi, po drugi pa gospodarsko in družbeno vrednost bolj vključujoče turistične ponudbe (Evropski forum invalidov, 2022). Informacijski programi, komunikacijske kampanje in spodbude lahko pomagajo spreminjati miselnost in spodbujajo ciljne naložbe v dostopnost za bolj pravičen in konkurenčen turistični sektor (ENAT, 2018).

II.4.1. Značilnosti in koristi usposabljanja na področju dostopnega turizma

Usposabljanje na področju dostopnega turizma mora biti usmerjeno in strukturirano tako, da zagotavlja vključujoče in visokokakovostno turistično doživetje. Po mnenju Darcyja in Dicksona (2009) dostopni turizem ni omejen na odstranjevanje arhitekturnih ovir, temveč pomeni ustvarjanje okolij in storitev, ki so prilagojeni potrebam vseh obiskovalcev.

V zadnjih letih je več raziskav poudarilo potrebo po bolj strukturiranem in enotnem pristopu k usposabljanju na evropski ravni (Pellegrini & Mazzi, 2021). Pomanjkanje skupnih standardov in akreditiranih programov usposabljanja je pogosto oteževalo pridobivanje potrebnih znanj in spretnosti za zagotavljanje ustreznih interakcij z osebami z invalidnostmi (ENAT, 2018). Poleg tega je slaba ozaveščenost o gospodarski vrednosti dostopnega turizma prispevala k temu, da je usposabljanje na tem področju ostalo v ozadju v primerjavi z drugimi vidiki turistične industrije (European Disability Forum, 2022).

Sledi seznam nekaterih najpomembnejših značilnosti tovrstnega usposabljanja.

- Multidisciplinarni pristop. Usposabljanje na področju dostopnega turizma mora vključevati znanja iz različnih disciplin, da se zagotovi celosten pristop k upravljanju dostopnosti. To vključuje tehnične vidike, kot so oblikovanje prostorov in infrastrukture brez ovir (Zajadacz, 2020); regulativne vidike, da se zagotovi skladnost storitev z nacionalno in evropsko zakonodajo (Evropski akt o dostopnosti, 2019); komunikacijske vidike, da se omogoči učinkovita interakcija med turističnimi ponudniki in gosti s posebnimi potrebami (Buhalis & Darcy, 2011); in vodstvene vidike, da lahko upravljavci turističnih objektov načrtujejo učinkovite in trajnostne strategije vključevanja skozi daljše časovno obdobje (Pellegrini & Mazzi, 2021).
- Praktično usposabljanje. Izkušnje, pridobljene s simulacijami, igranjem vlog in neposrednimi pričanji oseb z invalidnostmi, so se izkazale za posebej učinkovite pri izboljšanju kakovosti ponujenih storitev (VisitScotland, 2014). Nedavne raziskave kažejo, da lahko uporaba virtualne resničnosti in potopnih izkušenj poveča empatijo in razumevanje med turističnimi ponudniki, saj jim omogoča, da se postavijo v položaj oseb z invalidnostmi in izzivov, s katerimi se ti vsakodnevno soočajo (Poria, Reichel & Brandt, 2010). Poleg tega praktično učenje zmanjša tesnobo ponudnikov, ko komunicirajo s strankami s posebnimi potrebami, kar izboljša učinkovitost samih storitev (Darcy & Buhalis, 2011). Programi usposabljanja, ki temeljijo na resničnih izkušnjah, kot so simulirani obiski ali pripravništva v dostopnih objektih, so se izkazali za posebej koristne pri utrjevanju praktičnih veščin (Shakespeare, 2013).
- Vključevanje ljudi z invalidnostmi v procese izobraževanja. Izvajanje delavnic, na katerih osebe z invalidnostmi delujejo kot neposredni izobraževalci, se je izkazalo kot uspešna strategija, saj zagotavlja avtentičen pogled na potrebe po dostopnosti in omogoča kulturne spremembe v turističnih organizacijah (McKercher & Darcy, 2018). Izkušnje učenja, ki temeljijo na metodologiji usposabljanja za krepitev vloge, kažejo, da neposredna vključitev oseb z invalidnostmi v procese usposabljanja znatno izboljša gostoljubnost in komunikacijske sposobnosti turističnih ponudnikov (Shakespeare, 2013).
- Nadaljnje izobraževanje. Redna izpopolnjevanja so potrebna za ohranjanje znanja in prilagajanje novim podpornih tehnologijam in novim predpisom (Priestley, 2003). Dostopni turizem je stalno razvijajoč se sektor, zato se morajo ponudniki prilagajati novim potrebam potnikov in tehnološkim novostim, kot so digitalne naprave za pomoč ali aplikacije za avtonomno mobilnost (ENAT, 2018).
- Dostopnost usposabljanja. Usposabljanja morajo biti dostopna, vključno s podnapisi, avdio opisi, prevodi v znakovni jezik in izobraževalnimi gradivi, prilagojenimi za osebe s kognitivnimi ali senzornimi invalidnostmi (Cityfriend, 2023). Poleg tega morajo biti na voljo v prilagodljivih oblikah, na primer v obliki spletnih modulov, da se jih lahko udeležijo turistični ponudniki z različnimi stopnjami izkušenj in razpoložljivosti (McIntosh & Harris, 2012).
- Prilagajanje usposabljanja. Ponudba usposabljanja mora biti različna glede na poklicne vloge, pri čemer je treba zagotoviti posebne module za osebe na recepciji, ki je v neposrednem stiku s strankami (McIntosh & Harris, 2012); za vodstvene delavce, ki morajo načrtovati in izvajati strategije dostopnosti (Buhalis & Darcy, 2011); za turistične vodiče, ki potrebujejo spretnosti na področju komunikacije in prilagajanja poti (Zajadacz, 2020); in za upravjalce kulturnih znamenitosti, ki morajo zagotoviti, da so lokacije dostopne za osebe z

invalidnostmi (Pellegrini & Mazzi, 2021). Prilagojeno usposabljanje poveča učinkovitost učenja, saj je vsebina prirojena dejanskim potrebam različnih turističnih strokovnjakov.

Širok spekter strokovnjakov ima koristi od usposabljanja na področju dostopnega turizma, ki zajema različne vloge na različnih ravneh v turističnem sektorju. Usposabljanje mora biti prilagojeno vsaki skupini, da se zagotovi učinkovito izvajanje pridobljenih znanj in oprijemljiva preobrazba praks v gostinstvu in turizmu. Spodaj so navedene nekatere ključne kategorije.

- *Turistični, gostinski in hotelski delavci.* Hoteli, restavracije, muzeji in turistične znamenitosti morajo vsem obiskovalcem zagotoviti ustrezno doivetje. Usposabljanje za te izvajalce mora vključevati elemente vključujočega oblikovanja, obravnavanja posebnih potreb invalidnih strank in sočutne komunikacijske veščine (Buhalis & Darcy, 2011). Poleg tega lahko mednarodni standardi, kot je ISO 21902:2021 o kakovosti dostopnega turizma, pomagajo izvajalcem izboljšati njihove storitve (ENAT, 2018).
- *Osebe v stiku s strankami.* Receptorji, turistični vodniki, letalsko osebje, in drugo osebje, ki je v stiku s strankami, potrebujejo posebna znanja, da lahko učinkovito komunicirajo s strankami z motoričnimi, senzornimi in kognitivnimi motnjami. Usposabljanje mora vključevati znanje znakovnega jezika, tehnike varnega spremljanja in strategije reševanja problemov v nujnih primerih (Priestley, 2003; Cityfriend, 2023).
- *Upravljalci in vodstvo.* Odgovorni za turistične objekte in destinacije morajo biti sposobni vključiti strategije dostopnosti v poslovne razvojne načrte. Usposabljanje za to kategorijo zajema vidike upravljanja vključevanja, veljavne predpise in možnosti financiranja za izboljšanje dostopnosti objektov (Pellegrini & Mazzi, 2021).
- *Javne ustanove.* Ti subjekti imajo ključno vlogo pri razvoju dostopnega turizma na lokalni in nacionalni ravni, zato je zanje relevantno usmerjeno usposabljanje o predpisih, prostorskem načrtovanju in ocenjevanju dostopnosti v turističnih destinacijah. Seznanjeni morajo biti z veljavno zakonodajo, saj po mnenju Svetovne turistične organizacije (UNWTO): »Mora biti dostopnost osrednje načelo pri upravljanju turističnih destinacij, da se spodbudi bolj pravična in vključujoča družba« (UNWTO, 2016). Drugi temeljni vidik je načrtovanje in dostopno oblikovanje, da se zagotovijo vsem dostopna javna infrastruktura in turistične storitve, vključno z osebami z invalidnostmi. Svetovna zdravstvena organizacija (WHO) poudarja, da je dostopno fizično okolje predpogoj za to, da lahko osebe z invalidnostmi v celoti uživajo svoje pravice in socialne priložnosti (WHO, 2011). Ključno je, da javne ustanove uporabljajo orodja za ocenjevanje in spremljanje dostopnosti svojih destinacij. Evropska mreža za dostopni turizem (ENAT) navaja: »Zbiranje podatkov in izvajanje orodij za ocenjevanje dostopnosti sta bistvena za izboljšanje kakovosti turistične ponudbe in zagotavljanje pozitivnega vpliva na lokalna gospodarstva« (ENAT, 2020). Uporaba kazalnikov kakovosti in rednih revizij pomaga prepoznati slabosti in nenehno izboljšuje dostopnost.
- *Trgovinska združenja in nevladne organizacije.* Organizacije, ki zagovarjajo pravice invalidov, lahko turističnim ponudnikom nudijo oporo in usmeritve.

Njihovo usposabljanje bi moralo vključevati strategije za spodbujanje dostopnega turizma, in sicer s kampanjami ozaveščanja, usposabljanjem lokalnih ponudnikov in vzpostavitvijo mrež sodelovanja med različnimi zainteresiranimi deležniki v sektorju (ENAT, 2018).

- *Univerze in izobraževalne ustanove.* Vključitev modulov o dostopnosti v univerzitetne študijske programe in strokovna usposabljanja je bistvena za spodbujanje kulture dostopnosti že v izobraževalni fazi (CBI, 2022). Zlasti specializirani tečaji o univerzalnem oblikovanju in vključujoči gostoljubnosti lahko prihodnje generacije turističnih ponudnikov pripravijo na to, da dostopnost obravnavajo kot sestavni del turistične ponudbe (Pellegrini & Mazzi, 2021).

II.4.2. Veščine v dostopnem turizmu

Znanja, ki jih potrebujejo ponudniki dostopnega turizma, lahko razdelimo v tri glavne kategorije, od katerih je vsaka bistvena za zagotavljanje vključujoče in kakovostne izkušnje za potnike s posebnimi potrebami (Buhalis & Darcy, 2011). Te kategorije vključujejo 1) tehnična znanja; 2) zakonodajna znanja; in 3) mehke veščine. Poleg tega mora biti usposabljanje na tem področju večdimenzionalno in prilagodljivo različnim poklicnim vlogam, pri čemer je treba upoštevati ne le fizične ovire, temveč tudi kulturne in komunikacijske ovire, ki pogosto ovirajo dostopni turizem (Pellegrini & Mazzi, 2021).

V zvezi s tem je po mnenju Darcyja in Dicksona (2009) poznavanje invalidnosti in s tem povezanih potreb ključno za zagotavljanje kakovostnih storitev. Dejansko so zahtevane veščine tesno povezane s potrebami oseb z invalidnostmi. Eden najpomembnejših vidikov zadeva tretjo omenjeno kategorijo, tj. mehke veščine. Zlasti pomembna je sposobnost reševanja problemov in obvladovanje nepredvidenih situacij, zlasti v kontekstih, kjer infrastruktura morda ni v celoti dostopna (Priestley, 2003).

Nedavne raziskave so pokazale, da lahko ustrezna priprava na teh področjih znatno zmanjša težave, s katerimi se srečujejo potniki z invalidnostmi, hkrati pa izboljša ugled turističnih destinacij, ki vlagajo v usposabljanje na področju dostopnosti (ENAT, 2018). Poglobimo se zdaj v podrobnosti treh omenjenih kategorij veščin.

A. Tehnična znanja

Tehnične veščine na področju dostopnega turizma so bistvene za zagotavljanje učinkovitih in vključujočih storitev za vse potnike s posebnimi potrebami. Izvajalci v tej panogi morajo pridobiti poglobljeno znanje o različnih vidikih dostopnosti, od upravljanja infrastrukture do sposobnosti prilagajanja turistične izkušnje različnim invalidnostim (Buhalis & Darcy, 2011). Te veščine vključujejo zlasti:

- *Razumevanje specifičnih potreb in različnih vrst invalidnosti.* Izvajalci morajo biti usposobljeni za različne vrste invalidnosti (motorične, senzorne, intelektualne in psihološke) in njihove potrebe. To vključuje prepoznavanje arhitekturnih in komunikacijskih ovir, ki lahko ovirajo dostop do turističnih storitev (Darcy & Dickson, 2009).

- *Uporaba podpornih tehnologij.* Razumevanje uporabe tehnoloških orodij, kot so dostopni avdio vodniki, slušne zanke, taktilni zemljevidi, programska oprema za prepoznavanje glasu ter aplikacije za podporno in alternativno komunikacijo, je bistveno za izboljšanje izkušenj turistov z invalidnostmi (McKercher & Darcy, 2018). Poleg tega se uporaba virtualne resničnosti za simulacijo dostopnih poti in preizkušanje uporabnosti prostorov pojavlja kot inovativna metodologija v turističnem sektorju, ki zahteva nova znanja (Zajadacz, 2020).
- *Prilagajanje turistične ponudbe.* Ustvarjanje dostopnih itinerarjev, poti brez ovir in ustreznega transporta je ključno za ponudnike turističnih storitev. Po mnenju Buhalisa & Darcya (2011) mnoge destinacije ne vključujejo vključujočega oblikovanja v svoje načrte razvoja turizma od samega začetka, kar otežuje dostop turistom s posebnimi potrebami.
- *Logistično upravljanje in načrtovanje storitev.* Učinkovita organizacija dostopnih turističnih storitev zahteva sodelovanje različnih zainteresiranih strani, vključno s hoteli, restavracijami, ponudniki javnega prevoza in kulturnimi znamenitostmi. Ponudniki morajo zagotoviti podrobne in ažurne informacije o dostopnosti objektov in razpoložljivih storitev (UNWTO, 2015). Poleg tega lahko ustrezno logistično usposabljanje izboljša izkušnjo turistov z invalidnostmi in prepreči neprijetne situacije ali izključevanje (Pellegrini & Mazzi, 2021).

B. Zakonodajna znanja

Za izvajalce v industriji je pridobivanje ustreznih zakonodajnih znanj bistveno za razumevanje in uporabo zakonov in standardov, ki urejajo dostopnost. Strokovno usposabljanje mora vključevati ne le tehnično znanje o predpisih, temveč tudi občutljiv pristop do potreb oseb z invalidnostmi in njihovih posebnih zahtev.

Trenutno zakonodajni okvir na področju invalidnosti sestavljajo zakoni in predpisi na lokalni, regionalni, nacionalni in nadnacionalni ravni (kot sta Evropska unija in Združeni narodi). Ta znanja vključujejo:

- *Poznavanje trenutnih predpisov.* Ponudniki turističnih storitev morajo biti seznanjeni z nacionalnimi in mednarodnimi zakoni, da lahko zagotovijo skladnost s standardi dostopnosti. Razumeti morajo tako splošni zakonodajni okvir in znati razlagati ter uporabljati posebne določbe v zvezi z dostopnostjo. Zakonodaja in predpisi se razlikujejo glede na geografski in politični kontekst, vključno z mednarodnimi predpisi, kot je Konvencija Združenih narodov o pravicah invalidov, evropskimi direktivami, kot je Direktiva (EU) 2019/882, in nacionalno zakonodajo, ki ureja arhitekturne ovire, dostopni prevoz in vključujočo komunikacijo.
- *Praktične aplikacije.* Sposobnost izvajanja predpisov pri upravljanju nastanitev, turističnih storitev in infrastrukture. Po mnenju Evropske komisije »sprejetje ukrepov za dostopnost ne izboljša le kakovosti storitev, temveč tudi razširi potencialni turistični trg.«
- *Certifikati in standardi.* Razumevanje glavnih oznak kakovosti in certifikatov, povezanih z dostopnostjo, kot so certifikat »Dostopni turizem« ali standardi ISO na tem področju. V skladu z ISO 21902:2021 je »dobro strukturiran sistem certificiranja bistven za spodbujanje zaupanja med potniki z invalidnostmi in turističnimi operaterji.«

C. Mehke veščine

Mehke veščine so niz ključnih osebnih in medosebnih sposobnosti. Razlikujejo se od drugih znanj, saj niso strogo vezane na določeno tehnično področje, ampak vplivajo na to, kako posamezniki komunicirajo, rešujejo probleme in se spopadajo z vsakodnevnimi izzivi. Te veščine neposredno vplivajo na odnose med turističnimi strokovnjaki in posamezniki iz ranljivih skupin. Te sposobnosti lahko vključujejo:

- *Sočutje in rahločutnost.* To sta temeljni veščini za obravnavanje potreb turistov z invalidnostmi. Po mnenju Darcyja in Buhalisa (2011) morajo turistični ponudniki razviti aktivno poslušanje in globoko razumevanje specifičnih potreb vsakega gosta, pri čemer se morajo izogibati standardiziranim pristopom, ki so lahko neučinkoviti ali nespoštljivi. Shakespeare (2013) poudarja, da empatija ni le osebna lastnost, ampak veščina, ki jo je mogoče razviti z usposabljanjem in neposrednimi izkušnjami. V tem smislu je vključevanje oseb z invalidnostmi v programe usposabljanja, kot predlagata McKercher & Darcy (2018), učinkovita metoda za ozaveščanje izvajalcev in pomoč pri boljšem razumevanju resničnih izzivov, s katerimi se osebe z invalidnostmi vsakodnevno soočajo. Ta veščina je še posebej pomembna pri neposrednih stikih s strankami, na primer v hotelskih, gostinskih storitvah in vodenih ogledih, kjer lahko sočuten pristop pomeni razliko med vključujočo in frustrirajočo izkušnjo za obiskovalce.
- *Učinkovita in prilagodljiva komunikacija.* To je bistvena veščina za zagotavljanje vključujoče izkušnje v dostopnem turizmu. Po mnenju McIntosha in Harrisa (2012) je sposobnost jasne in razumljive komunikacije z osebami, ki imajo različne potrebe, temeljna za izboljšanje interakcij med turističnimi ponudniki in osebami z invalidnostmi. Darcy & Dickson (2009) poudarjata, da mora biti učinkovita komunikacija multimodalna, vključno z verbalnimi, neverbalnimi in tehnološko podprtimi metodami, kot so aplikacije za prevajanje digitalnega znakovnega jezika ali prilagojeni avdio vodniki. Shakespeare (2013) poudarja, da je nujno odpraviti diskriminatoren jezik in uporabljati izraze, ki spoštujejo dostojanstvo in avtonomijo oseb z invalidnostmi. Osebe je treba opremiti tudi s komunikacijskimi strategijami za interakcijo z osebami s senzornimi motnjami. Po mnenju McKercherja & Darcyja (2018) je lahko vključevanje dostopnih digitalnih platform, kot so klepetalni roboti, za pomoč osebam z invalidnostmi korak naprej v vključevanju v turizmu.
- *Reševanje problemov.* Pri izzivih, povezanih z dostopnostjo, bodisi naključnih ali strukturnih, je to bistvena veščina za turistične ponudnike, da učinkovito in aktivno rešujejo vsakodnevne težave, povezane z dostopnostjo. Za reševanje problemov je treba prepoznati in hitro reševati nepričakovane situacije. McKercher & Darcy (2018) na primer poudarjata, da mora usposabljanje vključevati praktične scenarije, v katerih se ponudniki naučijo, kako ravnati v nujnih primerih, pri tehničnih težavah s podporno opremo ali pri posebnih zahtevah turistov z različnimi potrebami. To lahko vključuje preurejanje prostorov, spreminjanje poti v realnem času ali usklajevanje z drugimi storitvami, da se zagotovi nemoteno in udobno potovalno izkušnjo. Kot poudarja Evropska mreža za dostopni turizem (ENAT, 2018), se mora učenje mehkih veščin dopolnjevati z digitalno pismenostjo. ENAT navaja primer strategij za obvladovanje tveganj in proaktivno preprečevanje problemov. Uporaba tehnologij, kot so aplikacije za poročanje o težavah z dostopnostjo ali klepetalni

roboti, ki zagotavljajo takojšnjo pomoč potnikom s posebnimi potrebami, je ena od inovativnih rešitev, ki lahko olajšajo reševanje problemov v turističnem sektorju.

II.4.3. Vpleteni deležniki in strategije za ozaveščanje

Skupina deležnikov se v veliki meri prekriva s skupino udeležencev usposabljanja.

- *Turistični ponudniki (hoteli, restavracije, turistične agencije)*. Želijo povečati dostopnost, da bi privabili širšo klientelo, izboljšali ugled svojih zmogljivosti in zadostili veljavnim predpisom. Dostopna turistična ponudba predstavlja konkurenčno prednost, ki lahko poveča število obiskovalcev in spodbuja zvestobo strank med tistimi s posebnimi potrebami (Buhalis & Darcy, 2011).
- *Javne ustanove*. Odgovorni so za urejanje in financiranje pobud za dostopni turizem. S predpisi in gospodarskimi spodbudami spodbujajo vključevanje in izboljšujejo kakovost gostoljubnosti v lokalnih in nacionalnih turističnih destinacijah (Evropski akt o dostopnosti, 2019).
- *Invalidske organizacije*. Igrajo ključno vlogo pri ozaveščanju in oblikovanju dostopnih storitev. Nudijo svetovanje o dejanskih potrebah oseb z invalidnostmi in sodelujejo s turističnimi podjetji in javnimi ustanovami pri razvoju učinkovitih rešitev (Pellegrini & Mazzi, 2021).
- *Šole in univerze*. Usposablajo nove strokovnjake v sektorju, tako da v svoje učne načrte vključujejo module o dostopnem turizmu. Želijo širiti kulturo vključevanja že v začetnih fazah usposabljanja turističnih delavcev (ENAT, 2018).
- *Prevozniki (železnice, letalske družbe, javni promet)*. Izboljšati želijo dostopnost prevoza, da se vsem potnikom zagotovi nemoteno in varno potovanje. Nudijo storitve, kot so storitve za dostopnost, asistenca in usposabljanje za osebe (UNWTO, 2015).
- *Medijski sektor in sektor turističnega oglaševanja*. Spodbujajo dostopni turizem s kampanjami ozaveščanja, povečujejo prepoznavnost vključujočih destinacij in spreminjajo javno mnenje o invalidnosti v turizmu (ABTA, 2022).

Možne strategije za spodbujanje dostopnega turizma med zainteresiranimi deležniki vključujejo vrsto pobud za povečanje ozaveščenosti, vključevanja in aktivnega sodelovanja oseb z invalidnostmi v turističnem sektorju. Ozaveščanje je nedvomno prvi korak k odpravljanju kulturnih in strukturnih ovir, ki še vedno omejujejo dostop do vključujočih turističnih doživetij. Različni zainteresirani deležniki se morajo mrežiti in sodelovati drug z drugim.

Z ozaveščanjem zainteresiranih strani se spodbuja turizem brez ovir in uvaja etičen in odgovoren pristop do vseh posameznikov. Spodaj so navedene nekatere glavne strategije, skupaj z referencami na dobre prakse:

- *Kampanje za informacije in oglaševanje*. Komunikacija je ključna za ozaveščanje zainteresiranih strani. S ciljnimi kampanjami se lahko poudari gospodarska vrednost dostopnosti in tržne priložnosti, ki jih ta prinaša. Po poročilu ABTA (2022) je dostopni turizem rastoči segment z znatnim

gospodarskim vplivom. Mednarodne raziskave potrjujejo, da osebe z invalidnostmi in njihove družine pogosteje potujejo in potrošijo več kot povprečni turisti (Evropska komisija, 2015).

- *Nagrade in certifikati kakovosti.* Priznavanje dobrih praks s certifikati in nagradami lahko spodbudi turistične ponudnike, da izboljšajo dostopnost svojih objektov. Nazoren primer je nemška oznaka »Reisen für Alle« (Potovanja za vse), ki jo promovira Deutscher Tourismusverband (2022) in zahteva redno usposabljanje osebja, da se zagotovi visoka raven dostopnosti. V Italiji je oznaka »Village for All« (V4A) primer certifikacije, ki ocenjuje dostopnost turističnih in gostinskih objektov.
- *Javna-zasebna partnerstva.* Sodelovanje med javnimi ustanovami, podjetji in združenji je bistveno za razvoj učinkovitih in trajnostnih strategij. Po mnenju ENAT (Evropska mreža za dostopni turizem, 2018) lahko javno-zasebna partnerstva pomagajo oblikovati smernice, izobraževalne tečaje in spodbude za sprejemanje ukrepov za dostopnost. Uspešen primer je projekt »Dostopni turizem«, ki ga spodbuja regija Toskana in v katerega so vključeni hoteli, turistični vodniki in lokalne oblasti, da bi izboljšali ponudbo vključujočega turizma.
- *Dogodki in delavnice za ozaveščanje.* Organiziranje konferenc, delavnic in usposabljanj omogoča turističnim ponudnikom, da bolje razumejo potrebe oseb z invalidnostmi. V Italiji mednarodni sejem dostopnega turizma (FAITA) vsako leto ponuja priložnost za dialog med institucijami, podjetji in združenji, da si izmenjajo dobre prakse in razvijejo skupne strategije.

III. DEL

Analiza dostopnosti 100
turističnih ponudnikov iz
čezmejne regije Italije in
Slovenije

To poglavje predstavlja ugotovitve celostnega pregleda 100 spletnih strani ponudnikov turističnih storitev v Sloveniji in Italiji. Vzorec vključuje hotele, restavracije, vinske kleti, kulturne ustanove, krajinske parke in eno občinsko spletno stran. Cilj je bil oceniti, kako dostopne so te spletne strani za ljudi z invalidnostmi, starejše ljudi oziroma kogar koli, ki uporablja podporne tehnologije, kot so bralniki zaslona, navigacija samo s tipkovnico ali glasovno upravljanje.

Digitalna dostopnost je pomembna ne le zaradi skladnosti z zakonodajo, temveč predvsem z vidika vključevanja, dostojanstva in boljšega poslovanja. Kot je poudarila Evropska komisija: »Dostopni turizem pomeni, da lahko vsi uživajo v turizmu samostojno, enakovredno in z dostojanstvom« (Evropska komisija, 2023). Spletne strani, ki izključujejo uporabnike z invalidnostmi, istočasno izključujejo tudi potencialne stranke oziroma goste.

III.1. Zakaj je dostopnost pomembna

Nedostopna spletna stran lahko ustvari ključne ovire za:

- Slepe ali slabovidne ljudi.
- Gluhe in naglušne ljudi.
- Posameznike, ki zaradi gibalnih oviranosti ne morejo uporabljati miške.
- Starejše posameznike z oviranostmi kot posledico starosti.
- Ljudi, ki krmarijo po spletnih straneh v manj kot idealnih pogojih (npr., blesk, počasen internet, okvarjene naprave).

Te ovire uporabnikom onemogočajo, da bi:

- Rezervirali nastanitve.
- Dostopali do jedilnikov ali podrobnosti o storitvah.
- Kontaktirali prireditvene prostore ali prosili za pomoč.
- Učinkovito krmarili po vsebinah.

Dostopna zasnova pomaga vsem, še posebej prilagodljiva razporeditev, berljivo besedilo, poenostavljena navigacija ter združljivost s podporno tehnologijo.

III.2. Kaj smo testirali

Vsaka stran je bila ročno pregledana in preizkušena z avtomatskimi orodji za preverjanje skladnosti s *Smernicami za dostopnost spletnih vsebin* (WCAG 2.1). WCAG je mednarodno prepoznan standard za digitalno dostopnost. Pregled strani je vključeval testiranje:

- *Alternativno besedilo za slike (ALT besedilo)*: pomaga bralnikom zaslona opisati vizualne elemente za slepe uporabnike.
- *Berljivost in kontrast besedila*: zagotavlja berljivost za uporabnike z motnjami vida ali disleksijo.
- *Uporabnost samo s tipkovnico*: podpira uporabnike, ki ne morejo uporabljati miške.
- *Dostopnost videov*: vključuje podnapise ali besedilne prepise za uporabnike, ki ne morejo slišati.
- *Združljivost z bralniki zaslona*: preizkuša, kako dobro bralniki zaslona razlagajo menije, obrazce in strukturo strani.

III.3. Kaj smo ugotovili

III.3.1. Skupne ocene

Ravni dostopnosti v ocenjenih spletnih straneh so bile dosledno nizke:

- Italijanske spletne strani: povprečna ocena 40 %.
- Slovenske spletne strani: povprečna ocena 37 %.

III.3.2. Najpogostejše ovire

Na večini spletnih strani so se pojavljale naslednje težave:

- Manjkajoči ali nepravilni opisi slikovnega gradiva (ALT besedilo): na 98 % strani.
- *Slab barvni kontrast*: vpliva na berljivost na 84 % strani.
- Pomanjkanje podnapisov za videoposnetke: na 93 % strani z videoposnetki.
- *Ni kazala spletne strani ali zemljevida strani*: 97 % strani ni imelo tega osnovnega pripomočka za krmiljenje.
- *Manjkajoče povezave »preskoči na vsebino«*, ki onemogočajo bralnik zaslon in navigacijo s tipkovnico (manjka v 87 % primerov).

III.3.3. Kaj je dobro delovalo

- Dobri elementi:
- Večina spletnih strani je pravilno identificirala jezik strani, kar pomaga bralnikom zaslona.
- Strani so bile v večini prilagodljive za tablične računalnike in mobilne naprave.
- Uporaba dostopnih vtičnikov ali prekrivnih elementov je bila redka, kar je dober znak, saj ta orodja pogosto nudijo slabe ali zavajajoče rešitve dostopnosti.

III.3.4. Kaj to pomeni za turistične ponudnike

Mnogo spletnih strani zadošča tehničnim zahtevam, a ostajajo zahtevne za uporabo v realnem življenju za ljudi z invalidnostmi. Ta vrzel med »tehnično skladnostjo« in dejansko uporabnostjo omejuje doseg, škoduje ugledu in lahko ustvari izpostavljenost pravnim sporom. Dobre novice: dostopnost ne zahteva celostne prenove strani. Mnogo nadgrajenij je mogoče napraviti z malo vložka ali celo zastonj, na primer:

- Dodajanje besedilnih opisov k slikovnemu gradivu,
- Izboljšanje kontrasta za boljšo berljivost,
- Omogočanje celotne navigacije po tipkovnici.

- S temi spremembami izboljšate uporabnost svoje spletne strani ne le za ljudi z invalidnostmi, temveč za vse uporabnike.

III.4. Ključne ugotovitve iz analize dostopnosti

Ocenili smo 100 spletnih strani (50 iz Italije in 50 iz Slovenije), ki združujejo različne ponudnike turističnih storitev. Vsaka je bila ročno testirana z orodji, da smo lahko ocenili, kako se obnese pri uporabnikih, ki imajo različne potrebne po dostopnosti.

III.4.1 Povprečna ocena italijanskih spletnih strani: 40 %

Prednosti:

- 88 % spletnih strani je pravilno navedlo jezik strani.
- 88 % strani se je dobro prilagodilo pametnim telefonom in tabličnim računalnikom.
- Nobena stran ni uporabljala nizkokakovostnih »vtičnikov za dostopnost«.

Pogoste težave:

- Le 4 % strani je imelo koristne opise slikovnih materialov (ALT besedilo).
- Le 8 % videoposnetkov je imelo podnapise.
- Le 4 % strani je imelo zemljevid strani.
- Le 10 % je imelo povezavo »preskoči na vsebino«.
- Slaba podpora s tipkovnico (28 %) in barvni kontrast (16 %) v večini strani.

III.4.2. Povprečna ocena slovenskih spletnih strani: 37 %

Prednosti:

- 92 % spletnih strani je pravilno navedlo jezik strani.
- 86% strani se je dobro prilagodilo pametnim telefonom in tabličnim računalnikom.
- Le 10 % je uporabilo neučinkovite prekrivne elemente za dostopnost.

Pogoste težave:

- 0 % je imelo koristne opise slikovnih materialov.
- 95 % videoposnetkov ni imelo nobenih podnapisov.
- Le 2 % strani sta imela zemljevid strani.
- 44 % strani je imelo vidne indikatorje za usmeritev na tipkovnico.
- Le 34 % strani je bilo mogoče v celoti krmariti s tipkovnico.
- Vnosna polja in obrazci pogosto niso imeli oznak ali pomoči za uporabnike s podporno tehnologijo, kar je uporabnikom bralnikov zaslona oteževalo ali onemogočalo pošiljanje obrazcev.

III.5. Podrobna analiza italijanskih turističnih spletnih strani

Preučili smo 50 turističnih spletnih strani različnih vrst turističnih ponudnikov v Italiji: hotelov, restavracij, vinskih kleti in kulturnih prizorišč. Povprečna ocena dostopnosti je znašala 40 %, torej je imela manj kot polovica ponudnikov prisotne ali pravilno aplicirane osnovne elemente digitalne dostopnosti.

III.5.1. Kaj dobro deluje

Nekaj ključnih elementov je bilo relativno dobro vpeljanih, kar lahko predstavlja osnovo za prihodnje izboljšave:

- *Pravilno označevanje jezika*: 88 % spletnih strani pravilno označuje jezik spletne strani (npr. `<html lang="it">`). To je ključno za programsko opremo bralnikov zaslona, ki potrebujejo to informacijo, da pravilno preberejo besedilo v uporabnikovem jeziku.
- *Mobilna odzivnost*: 88 % spletnih strani se je pravilno prikazalo na pametnih telefonih in tabličnih računalnikih. To je ključnega pomena ne le za priročnost, temveč tudi za tiste uporabnike, ki se zanašajo na večje velikosti pisave, možnosti povečanja zaslona ali navigacijo na dotik.
- *Nobenih nizkokakovostnih »vtičnikov za dostopnost«*: Nobena od italijanskih strani se ni zanašala na prekrivne elemente treh strank, kot so orodja, ki obljublajo hitre rešitve, a pogosto ne uspejo ponuditi dostopnosti.

Te prednosti nakazujejo na trdne tehnične temelje, četudi dejanska dostopnost zaostaja.

III.5.3. Glavne ovire do dostopnosti

Kljub nekaterim tehničnim prednostim večina italijanskih turističnih spletnih strani ni dosegla osnovnih zahtev dostopnosti.

A. Manjkajoče ali neustrezno ALT besedilo

- Le 4 % spletnih strani je imela ustrezno ALT besedilo (kratke opise slikovnega gradiva za uporabnike, ki ne vidijo slike).
- 39 % strani ni imelo omogočenega ALT besedila, kar je naredilo slikovno besedilo praktično nevidno uporabnikom bralnika zaslona.

Zakaj je to pomembno: ALT besedilo omogoča slepim in slabovidnim uporabnikom, da razumejo slikovno gradivo, kot so meniji, fotografije nastanitev ali zemljevidi.

B. Ni podnapisov na videoposnetkih

- 92 % spletnih strani z videoposnetki ni imelo podnapisov ali besedilnih prepisov.

Zakaj je to pomembno: Gluhi ali naglušni uporabniki ne morejo dostopati do izgovorjenih informacij brez pisanih alternativ.

C. Vrzeli v krmiljenju

- Le 4 % spletnih strani je vključevalo zemljevid strani ali kazalo spletnih strani.
- Le 10 % je imelo povezavo »Preskoči na vsebino«, ki pomaga uporabnikom z uporabo tipkovnice ali bralnika zaslona preskočiti neposredno na glavni del strani.

Zakaj je to pomembno: Brez teh elementov so uporabniki primorani ročno krmiliti skozi vsak meni ali naslov, da bi našli želeno vsebino, kar je frustrirajoče in neučinkovito.

D. Druge pogoste težave

- *Nezadosten barvni kontrast:* Le 16 % spletnih strani je ustrezalo barvnim standardom (npr. temno besedilo na svetlem ozadju). Slab kontrast pomeni, da ga težko preberejo slabovidni uporabniki ali tisti z disleksijo.
- *Ni dostopnosti s tipkovnico:* Le po 28 % spletnih strani je mogoče v celoti krmariti s tipkovnico (ključno za uporabnike, ki ne morejo uporabljati miške).
- *Uporabnost obrazcev:* Le 22 % spletnih strani je ponujalo pomoč pri izpolnjevanju obrazcev (na primer obvestila o napakah, vodenje pri vnosu ali oznake za bralnike zaslona).
- *Nejasna vizualna struktura:* Le 35 % spletnih strani je uporabljala primerne oznake naslovov (<h1>, <h2>, npr.), ki pomagajo uporabnikom bralnikov zaslona in vsem ostalim uporabnikom razumeti organizacijo strani.
- *Nedoslednost vizualnega fokusa:* Samo 40 % spletnih strani je pokazalo vidne indikatorje, ko uporabniki krmarijo s tipko Tab, kar je ključnega pomena za orientacijo med navigacijo s tipkovnico.

III.5.4. Znaki delne implementacije

Nekatere funkcije dostopnosti so bile vpeljane z zmerno uspešnostjo:

- Opisni naslovi URL (52 %).
- Primerne oznake za vnosna polja (59 %).
- Iskalna polja dostopna bralnikom zaslonov (62 %).
- Vsebina prilagodljiva v povečavi 400 % (64 %).
- Glavni meni je dostopen bralnikom zaslona (68 %).

Kaj to pomeni: Mnogi razvijalci se morda zavedajo tehničnih standardov, a dostopnost ni bila aplicirana z mislijo na uporabnika.

III.5.5. Povzetek za italijanske turistične ponudnike

Večina funkcij dostopnosti ni uvedenih ne iz zlobe ali malomarnosti, temveč iz nezadostnega zavedanja. Mnogo spletnih strani se zdi dodelanih, a ostajajo nedostopne tisočim potencialnih uporabnikom.

Prvi izvedljivi koraki:

- Napišite ALT besedilo za vse slikovno gradivo.
- Dodajte videoposnetke ali besedilne zapise videoposnetkom.
- Izboljšajte kontrast besedila in jasnost pisave.
- Omogočite navigacijo s tipkovnico in ponudite povezave »Preskoči na vsebino«.
- Vključite enostaven zemljevid strani za lažjo orientacijo.

Te spremembe so cenovno nezahtevne za izvedbo in imajo velik učinek, ne le za ljudi z invalidnostmi, temveč za vse goste.

Preg. III.1. Funkcije dostopnosti italijanskih turističnih spletnih strani

Funkcija	Stopnja skladnosti	Kaj to pomeni
1. Pravilna navedba jezika strani	88 %	Bralniki zaslona pravilno interpretirajo jezik strani
2. Jezik elementov na strani	98 %	Besedilo je pravilno identificirano za podporno tehnologijo
3. Mobilna odzivnost	88 %	Stran dobro deluje na telefonih in tablicah
4. Odsotnost vtičnikov za dostopnost	100 %	Nobeni neučinkoviti prekrivni elementi
5. Slikovno gradivo z omogočenim ALT besedilom	61 %	39 % strani nima omogočenega ALT besedila
6. Uporabni/primerni opisi slikovnega gradiva (ALT)	4 %	Le 1 od 25 strani je imela uporabne opise slikovnega gradiva
7. Podnapisi videoposnetkov	8 %	Večina vsebine videoposnetkov ni uporabnih za gluhe uporabnike
8. Kazalo ali zemljevid spletne strani	4 %	Slaba podpora pri krmiljenju za uporabnike bralnika zaslona
9. Povezava »Preskoči na vsebino«	10 %	Težko je krmiliti po straneh s tipkovnico
10. Barvni kontrast	16 %	Besedilo je težko prebrati, še posebej za starejše uporabnike
11. Premor za premikajočo se vsebino	10 %	Uporabniki ne morejo zaustaviti premikajočih se elementov
12. Krmiljenje po tipkovnici	28 %	Mnogo uporabnikov ne more uporabljati strani brez miške
13. Naslovi HTML (struktura)	35 %	Vsebina strani ni logično razporejena
14. Viden fokus tipkovnice	40 %	Uporabniki tipkovnice se lahko izgubijo na strani
15. Razpoznavnost povezav	49 %	Povezave niso jasno označene

16. Pomoč z obrazci	22 %	Obrazci lahko zavajajo ali povzročajo napake uporabnikov
17. Označevanje vnosnih polj	59 %	Mnogo obrazcev ni kompatibilnih z bralniki zaslona
18. Dostopnosti iskalnega polja	62 %	Mnogo iskalnih polj je mogoče prebrati z bralniki zaslona
19. Prilagodljivost vsebine pri povečavi 400 %	64 %	Besedilo je še vedno mogoče prebrati pri velikih povečavah
20. Glavni meni je mogoče prebrati z bralnikom zaslona	68 %	Meniji so večinoma dostopni, a ne dosledno
21. Pomenski naslovi URL	52 %	Nekateri naslovi URL so opisni in prijazni uporabnikom

III.6. Podrobna analiza slovenskih turističnih spletnih strani

Ta razdelek predstavlja oceno 50 turističnih spletnih strani različnih vrst turističnih ponudnikov v Sloveniji: hotelov, restavracij, vinskih kleti in muzejev. Povprečna ocena dostopnosti je znašala 37 %, kar razkriva, da so ključne funkcije dostopnosti večinoma nezadostno vpeljene kljub nekaterih spodbudnim tehničnim praksam.

III.6.1. Prednosti: uvedeni tehnični temelji

Slovenske spletne strani delijo več tehničnih podobnosti z italijanskimi:

- *Jezik vsebine je pravilno označen*: 92 % spletnih strani je pravilno določilo jezik posameznih elementov strani (npr. vnosna polja, gumbi), 64 % jih je vključevalo oznako jezika na celotni strani. To pomaga bralnikom zaslona, da pravilno prepoznajo vsebino.
- *Mobilna odzivnost*: 86 % spletnih strani se dobro prilagodi različnim velikostim in usmeritvam zaslona, kar pomaga uporabnikom, ki se zanašajo na navigacijo z dotikom ali na večje velikosti zaslona.
- *Izogibanje prekrivnim elementom nizke kakovosti*: Le 10 % slovenskih strani uporablja vtičnike tretjih strank, ki pogosto onemogočajo namesto pomagajo dostopnosti.

To so spodbudni kazalniki, da slovenski ponudniki uporabljajo moderne razvojne tehnike, kar pa na žalost ne pomeni, da bo to samodejno izboljšalo uporabniške izkušnje.

III.6.2. Glavne ovire do dostopnosti

A. Manjkajoče ali neuporabno ALT besedilo

- 48 % spletnih strani je omogočilo ALT besedilo, a nobena (0 %) ni vključila dejansko uporabnih opisov slikovnega gradiva.

Zakaj je to pomembno: Besedilo ALT omogoča uporabnikom bralnikov zaslona, da dostopajo do vsebine na slikovnem gradivu, kot so slike objektov, meniji ali promocijski transparenti.

B. Slaba dostopnost do multimedijskih vsebin

- 95 % spletnih strani ni bilo opremljenih s podnapisi.

Zakaj je to pomembno: To izključuje gluhe ali naglušne uporabnike, da razumejo promocijske in izobraževalne videoposnetke.

C. Nezadostna podpora pri krmiljenju

- Le 2 % spletnih strani je imelo zemljevid ali kazalo spletne strani.
- Le 16 % jih je vključevalo povezave »Preskoči na vsebino«.
- 34 % jih je omogočalo celostno krmiljenje s tipkovnico.

Zakaj je pomembno: Ovire pri navigaciji frustrirajo uporabnike, ki se zanašajo na bližnjice na tipkovnici ali na bralnike zaslona, še posebno na tiste, ki zaradi gibalne oviranosti ne morejo uporabljati miške.

D. Druge vrzeli v dostopnosti

- *Težave z barvnim kontrastom:* Le 16 % je doseglo minimalne standarde kontrasta.
- *Manjkajoče oznake obrazcev:* Le 15 % vnosnih polj je bilo označenih tako, da bi jih lahko prepoznali bralniki zaslona.
- *Omejena uporabnost bralnikov zaslona:* Le 21 % spletnih strani je imelo funkcije iskanja, ki jih je bilo mogoče uporabljati z bralniki zaslona.
- *Omejena pomoč pri izpolnjevanju obrazcev:* Le 44 % strani je ponujala pomoč, kot so obvestila o napakah ali navodila za izpolnjevanje.
- *Nestrukturirana vsebina:* Le 36 % strani je uporabljala pravilne oznake naslovov HTML.
- *Manjkajoč vizualni fokus:* Le 44 % spletnih strani je kazalo vidne oznake (kot so načrti ali poudarki) za uporabnike, ki krmilijo s tipko Tab.
- *Ni možnosti zaustavitve premikajoče se vsebine:* 90 % spletnih strani ni ponujalo možnosti zaustavljanja drsnih elementov, videoposnetkov ali animacij, kar je lahko težava za uporabnike s senzorno okvaro ali težavami z ohranjanjem pozornosti.

III.6.3. Funkcije za boljše delovanje

- Dostopnost glavnega menija: 68 % strani je imelo navigacijske menije, ki so jih lahko prebrali bralniki zaslona.
- Skladnost s povečavo: 64 % strani je omogočalo, da je vsebina ostala uporabna pri povečavi 400 %.
- Opisni naslovi URL: 76 % strani je uporabljalo jasne naslove URL s ključnimi besedami, kar koristi vsem uporabnikom in veča vidljivost v iskalnikih.

Te prednosti pa niso dovolj, da bi odtehtale manjkajoče kritične funkcije, kot so opisi slikovnega gradila in navigacijska podpora.

III.6.4. Povzetek za slovenske turistične ponudnike

Slovenske spletne strani izkazujejo potencial, a v praksi dostopnost še ni bila dosežena. Večina spletnih strani je modernih in odzivnih, a nehoti še vedno izključujejo mnogo uporabnikov.

Prvi koraki za izboljšanje dostopnosti:

- Dodajanje opisnega ALT besedila za vse slikovno gradivo.
- Podnapisi ali besedilni prepisi za videoposnetke.
- Označevanje vseh polj v obrazcih za bralnike zaslona.
- Dodajanje povezav »Preskoči na vsebino« in omogočanje kompletnega krmiljenja s tipkovnico.
- Dodajanje zemljevida strani ali strukturiranega kazala za orientacijo.

Te izboljšave so enostavne, cenovno ugodne in pomembno izboljšujejo uporabnost, še posebej za starejše ljudi, posameznike z invalidnostmi in mednarodne goste.

Preg. III.2. Funkcije dostopnosti slovenskih turističnih spletnih strani

Funkcija	Stopnja skladnosti	Kaj to pomeni
1. Pravilna navedba jezika strani	64 %	Bralniki zaslona pravilno interpretirajo jezik strani
2. Jezik elementov na strani	92 %	Besedilo je pravilno identificirano za podporno tehnologijo
3. Mobilna odzivnost	86 %	Stran dobro deluje na telefonih in tablicah
4. Odsotnost vtičnikov za dostopnost	90 %	Nobenih neučinkovitih prekrivnih elementov
5. Slikovno gradivo z omogočenim ALT besedilom	48 %	52% strani nima omogočenega ALT besedila
6. Uporabni/primerni opisi slikovnega gradiva (ALT)	0 %	Nobena stran ni imela uporabnih opisov slikovnega gradiva
7. Podnapisi videoposnetkov	5 %	Večina vsebine videoposnetkov ni uporabnih za gluhe uporabnike
8. Kazalo ali zemljevid spletne strani	2 %	Uporabniki (posebno uporabniki bralnikov zaslona) nimajo podpore pri krmiljenju
9. Povezava »Preskoči na vsebino«	16 %	Nezadostna podpora za hitro navigacijo
10. Barvni kontrast	16 %	Besedilo je pogosto težko prebrati slabovidnim ali starejšim uporabnikom
11. Premor za premikajočo se vsebino	10%	Uporabniki ne morejo zaustaviti premikajočih se elementov
12. Krmiljenje po tipkovnici	34 %	Mnogo uporabnikov ne more uporabljati strani brez miške
13. Naslovi HTML (struktura)	36 %	Vsebina strani ni logično razporejena
14. Viden fokus s tipkovnico	44 %	Uporabniki tipkovnice se lahko izgubijo na strani
15. Razpoznavnost povezav	32 %	Povezav morda ni mogoče razločiti od besedila

16. Pomoč z obrazci	44 %	Manjkajoča pomoč za preprečevanje napak ali namige
17. Označevanje vnosnih polj	15 %	Obrazce je težko uporabljati predvsem uporabnikom bralnikov zaslona
18. Dostopnosti iskalnega polja	21 %	Podporne tehnologije pogosto ne morejo prebrati funkcij iskanja
19. Prilagodljivost vsebine pri povečavi 400 %	64 %	Strani na splošno delujejo pri veliki povečavi
20. Glavni meni je mogoče prebrati z bralnikom zaslona	68 %	Menije je večinoma mogoče prebrati, čeprav ne zanesljivo
21. Pomenski naslovi URL	76 %	Uporabljene so jasne, opisne povezave

III.7. Primerjalna interpretacija rezultatov dostopnosti: Italija vs. Slovenija

Skupna analiza 100 turističnih spletnih strani, 50 iz Italije in 50 iz Slovenije, razkriva skupni vzorec: obe državi imata dobro vzpostavljene tehnične osnove, kot na primer mobilno odzivnost in označevanje jezika strani, a jima manjkajo številne ključne funkcije, potrebne v praksi za digitalno dostopnost.

III.7.1. Ključne ugotovitve

- Obe državi sta dosegli visoke ocene na področju odzivnosti mobilnih naprav in označevanja jezikov, kar kaže na dobro tehnično podlago.
- Italija se je na splošno nekoliko bolje odrezala, vendar obe državi kažeta kritične vrzeli v praktični dostopnosti, zlasti na področjih, kot so opisi slik, podnapisi in navigacijska pomoč.
- Slovenija je Italijo prekašala pri zagotavljanju smiselnih URL-jev in nekaterih funkcij tipkovnice, vendar ni imela nobenega pravega opisa ALT besedila, kar je kritično za slepe uporabnike.
- Večina področij z najnižjimi ocenami je skupnih, kar kaže, da je glavni problem splošno pomanjkanje ozaveščenosti o dostopnosti, ne pa tehnične zmogljivosti.

III.7.2. Podobne prednosti v obeh državah

- Tako italijanske kot tudi slovenske spletne strani so se dobro odrezale v prilagajanju na mobilne naprave s po 88 % in 86%, kar nakazuje, da se turistični ponudniki zavedajo potrebe, da ustrezajo potrebam uporabnikov na mobilnih telefonih in tabličnih računalnikih.
- Označevanje jezika na elementih strani je bilo v veliki večini primerov v obeh državah pravilno izvedeno (Italija: 98 %, Slovenija: 92 %), kar je ključno, da lahko bralniki zaslona interpretirajo in pravilno preberejo besedilo.
- Večina ponudnikov se je izognila prekrivnim elementom dostopnosti in vtičnikom (Italija: 100 %, Slovenija: 90 %), ki se pogosto predstavljajo kot hitre rešitve, a se lahko vmešajo v uporabnost in ne razrešijo težave z dostopnostjo.

III.7.3. Glavne skupne slabosti

Kljub tem prednostim so se v obeh državah pojavljale praktično enake manjkajoče funkcije:

- Uporaba ALT besedila je bila kritično nizka. Italija je imela 4 % spletnih strani z uporabnimi opisi slikovnega gradiva, Slovenija pa 0 %. To nakazuje, da

ponudniki morda omogočijo oznake slik, a ne razumejo, kako napisati uporabno, opisno ALT besedilo.

- Dostopnost videoposnetkov je bila na splošno pomanjkljiva, saj je le 8 % italijanskih in 5 % slovenskih strani ponudilo podnapise, kar pomeni, da so multimedijske vsebine nedostopne gluhim uporabnikom.
- Podpora pri krmiljenju strani, na primer z zemljevidi strani in povezavami »Preskoči na vsebino«, je bila zanemarljiva. Le 4 % italijanskih in 2 % slovenskih spletnih strani je vključevalo zemljevide strani, povezave »Preskoči na vsebino« pa so se pojavljale le na 10 % (Italija) in 16 % (Slovenija) strani.

III.7.4. Prostor za izboljšanje

Slovenija se je odrezala bolje kot Italija na treh področjih:

- Opisni naslovi URL (Slovenija: 76 %, Italija: 52 %).
- Krmiljenje po tipkovnici (Slovenija: 34 %, Italija: 28 %).
- Pomoč pri obrazcih (Slovenija: 44 %, Italija: 22 %).

To nakazuje, da Slovenija sicer zaostaja v opremljanju z opisnim besedilom, a ima v nekaterih primerih nekoliko boljše strukturne in interakcijske prakse.

Italija se je bolje odrezala od Slovenije na področjih:

- Dostopnosti iskalnih polj (Italija: 62 %, Slovenija: 21 %).
- Označevanje vnosnih polj (Italija: 59 %, Slovenija: 15 %).

To nakazuje na boljšo podporo za uporabnike bralnikov zaslona, ki krmilijo območja iskanja in obrazcev na italijanskih spletnih straneh.

III.7.5. Zaključki primerjalne analize

Razlike v ocenah med državama so v večini kategorij minimalne in poudarjajo skupni regionalni izziv: slabo poznavanje potreb po dostopnosti in dobrih praks.

Tako italijanski kot slovenski ponudniki so sprejeli ukrepe za vizualno in tehnično posodobitev svojih spletnih strani, vendar mnogi še vedno ne vedo, kako te strani delujejo (ali ne delujejo) za ljudi s posebnimi potrebami.

Da bi resnično dosegli dostopni turizem, bo treba preseči površinsko skladnost in obravnavati vsakodnevne ovire pri uporabi, s katerimi se soočajo dejanski uporabniki. Majhni posegi, podprti z usposabljanjem in boljšimi smernicami za oblikovanje, lahko prinesejo velike izboljšave na področju vključevanja in digitalne gostoljubnosti v celotni regiji.

Preg. III.3. Dostopnost italijanskih in slovenskih turističnih spletnih strani.

Primerjalni povzetek

Funkcija dostopnosti	Italija (%)	Slovenija (%)	Kaj to pomeni
Pravilna navedba jezika strani	88 %	64 %	Bralniki zaslona pravilno interpretirajo jezik strani
Jezik elementov na strani	98 %	92 %	Omogoči, da so posamezni deli besedila interpretirani v pravilnem jeziku
Mobilna odzivnost	88 %	86 %	Stran dobro deluje na telefonih in tablicah
Odsotnost vtičnikov za dostopnost	100 %	90 %	Izogibanje zanašanju na neučinkovite ali zavajajoče »prekrivne elemente dostopnosti«
Slikovno gradivo z omogočenim ALT besedilom	61 %	48 %	Označuje, ali je mogoče slikovno gradivo »prebrano« s strani bralnikov zaslona
Uporabni/primerni opisi slikovnega gradiva (ALT)	4 %	0 %	Opisuje, kar prikazuje slikovno gradivo, kar je ključno za slepe in slabovidne
Podnapisi videoposnetkov	8 %	5 %	Omogoča gluhim ali naglušnim uporabnikom, da dostopajo do videoposnetkov
Kazalo ali zemljevid spletne strani	4 %	2 %	Pomaga uporabnikom krmiliti po celotni strani, posebno z bralniki zaslona
Povezava »Preskoči na vsebino«	10 %	16 %	Omogoča hitrejšo navigacijo s tipkovnico
Barvni kontrast	16 %	16 %	Omogoča, da besedilo lahko preberejo slabovidni uporabniki ali tisti z disleksijo
Premor za premikajočo se vsebino	10 %	10 %	Preprečuje odvratanje pozornosti ali epileptičnih napadov zaradi utripajočih/premikajočih se elementov
Krmiljenje po tipkovnici	28 %	34 %	Omogoča uporabo celotne spletne strani z miško
Primerni naslovi HTML (struktura)	35 %	36 %	Ustvarja logično sestavo strani za bralnike zaslonov
Viden fokus pri navigaciji s tipko Tab	40 %	44 %	Pomaga uporabnikom tipkovnice prepoznati, kje so na tipkovnici
Razpoznavnost povezav od navadnega besedila	49 %	32 %	Preprečuje zmedenost med besedilom in povezavami
Pomoč z obrazci	22 %	44 %	Izboljšuje uporabnost obrazcev, zmanjšuje napake pri vnosu
Označevanje vnosnih polj	59 %	15 %	Omogoča, da so obrazci berljivi in uporabni na bralnikih zaslonov
Dostopnosti iskalnega polja za bralnike zaslonov	62 %	21 %	Omogoča uporabnikom podporne tehnologije, da uporabljajo funkcije iskanja
Prilagodljivost vsebine pri povečavi 400 %	64 %	64 %	Podpira slabovidne uporabnike ali tiste s kognitivnimi okvarami

Glavni meni je mogoče prebrati z bralnikom zaslona	68 %	68 %	Omogoča navigacijo uporabnikom, ki ne morejo videti ali uporabljati miške
Pomenski in opisni naslovi URL	52 %	76 %	Jasna, berljiva navigacija naslovov URL in SEO

III.8. Zaključki in naslednji koraki

III.8.1. Kaj razkriva analiza

Ta analiza 100 turističnih spletnih strani v Sloveniji in Italiji razkriva stalen vzorec: čeprav so številne spletne strani zasnovane z modernimi postavitvami in prilagodljivostjo za mobilne naprave, jim manjkajo ključne funkcije, ki bi omogočale uporabo tudi invalidnim osebam.

V obeh državah je večini spletnih strani manjkalo ključnih elementov dostopnosti, kot so:

- Opisno besedilo za slikovno gradivo (ALT besedilo).
- Podnapisi za videoposnetke ali avdio vsebine.
- Krmiljenje je mogoče po tipkovnici.
- Jasna struktura strani za bralnike zaslonov.
- Dostopni obrazci in funkcije iskanja.

Ti izsledki kažejo, da ponudniki turističnih storitev pogosto napačno razumejo ali podcenjujejo pomen digitalne dostopnosti, ne zaradi nepripravljenosti, ampak zaradi pomanjkanja ozaveščenosti in praktičnih usmeritev.

Pomembno razločevati: Mnogo ponudnikov pri nekaterih stvareh pravilno postopa (na primer zasnova na mobilnih napravah), a se morda ne zavedajo, da bralnik zaslonov ne more prebrati neoznačenih gumbov ali da gluhi gosti ne morejo uporabljati videoposnetkov brez podnapisov.

III.8.2. Zakaj je dostopnost pomembna

Dostopnost ni zgolj polje, ki ga je treba odključati zaradi skladnosti z zakonom, temveč gre za gostoljubnost, vključevanje in trajnost poslovanja.

Zamislite si naslednje scenarije:

- Slep obiskovalec želi rezervirati nastanitev v slikoviti vinski pokrajini.
- Samostojni popotnik okreva po poškodbi in potrebuje načrt za podporo pri mobilnosti.
- Starejši par ima težave z izpolnjevanjem obrazca zaradi slabega kontrasta in majhne velikosti pisave.

Če ne morejo uporabljati vaše spletne strani, ne bodo postali vaši gosti. Ne zato, ker ne marajo vaše ponudbe, temveč zato ker ne morejo dostopati do nje.

Izboljšanje dostopnosti ni le moralna obveznost, temveč je tudi dobro za posel:

- Razširi vaš potencialni trg.
- Izboljša vašo vidnost na iskalnikih (SEO).
- Zmanjša število klicev za podporo strankam.
- Dokazuje, da vaše podjetje sprejema vse obiskovalce.

Nasvet: Mnogo funkcij dostopnosti, kot je ALT besedilo, berljive pisave ali boljša struktura strani, koristijo vsem, ne le ljudem z invalidnostmi.

III.8.3. Kaj lahko storite že danes

Za izboljšanje svoje spletne strani ni treba biti spletni razvijalec ali strokovnjak za invalidnost. Tukaj je nekaj preprostih, učinkovitih korakov, ki lahko takoj prinesejo velike spremembe. Mnogi od njih so ugodni ali celo brezplačni, če sodelujete z obstoječim razvijalcem ali ekipo za vsebine.

A. Dodajte opise slikovnega gradiva (ALT besedilo)

- Vsaki sliki dodajte kratek opis (npr. »Zunanja terasa s pogledom na vinograde«).
- To pomaga uporabnikom bralnikov zaslona razumeti vizualno vsebino.

B. Dodajte podnapise ali besedilne prepise za videoposnetke

- Veliko uporabnikov ne sliši ali ne more razumeti govorjenih avdio vsebin.
- Podnapisi pomagajo gluhim uporabnikom in mednarodnim obiskovalcem ali vsem, ki gledajo video brez zvoka.

C. Izboljšajte berljivost besedila

- Uporabite visok kontrast (temno besedilo na svetlem ozadju).
- Izogibajte se postavljanju besedila na ozadje s slikami.
- Izberite velike pisave, ki jih je enostavno prebrati.

D. Naredite svojo spletno stran prijazno tipkovnici

- Vse funkcije spletnega mesta, kot so meniji, obrazci, gumbi, morajo biti uporabne samo s tipkama Tab in Enter.
- To je bistveno za uporabnike, ki ne morejo uporabljati miške.

E. Dodajte zemljevid strani ali pripomoček za krmiljenje

- Enostaven zemljevid strani ali povezava »Preskoči na vsebino« pomaga uporabnikom, da se premaknejo neposredno na glavno vsebino.
- To podpira tako podporno tehnologijo kot tudi udobje uporabnika in izboljša SEO.

F. Svojo spletno stran testirajte kot uporabnik

- Po svoji strani se premikajte brez miške. Lahko dostopate do vsega?
- Povečajte zaslon na 400 %. Je še vedno berljivo?

- Uporabite brezplačno razširitev bralnika zaslona, da slišite, kako se sliši vaša spletna stran. Se jasno sliši?

III.8.4. Dolgoročni koraki za vključujočo zasnovo

Če želite dostopnost vključiti v svojo dolgoročno strategijo, sledite spodnjim korakom:

- *Pogovorite se s svojim razvijalcem spletne strani ali agencijo:* Povprašajte, ali se vaša spletna stran sklada s standardi WCAG 2.1 (Smernice za dostopnost spletnih strani).
- *Dostopnost vdelajte v posodobitve vizualne podobe:* Zahtevajte uporabnikom prijazne strukture, opisne naslove in intuitivno navigacijo.
- *K testiranju povabite ljudi z invalidnostmi:* Dejanske povratne informacije od uporabnikov z različnimi potrebami je najzanesljivejši način za ugotavljanje, kaj deluje.
- *Uporabljajte enostaven jezik:* Jasno pisanje koristi vsem, še posebej posameznikom s kognitivnimi okvarami ali težavami s komuniciranjem.
- *Ne pozabite:* Cilj dostopnosti ni popolnost. Cilj je vključenost. Vsak majhen korak pomaga ljudem, da se počutijo bolj dobrodošle.

III.8.5. Zaključne misli

Dostopnost je več kot le tehnična zahteva; je vzdušje dobrodošlice. Glavno vprašanje se glasi:

»Ali lahko vsi uporabljajo, kar smo zgradili?«

In če je odgovor ne, moramo biti odprti za spremembe.

Turizem obsega povezanost, odkrivanje in gostoljubje. A če je vaša spletna stran na nek način ograjena, je takšna tudi vaša storitev. Z nekaj preprostimi koraki za izboljšanje dostopnosti lahko dosežete več ljudi, zmanjšate ovire in izstopate kot moderna, vključujoča destinacija.

Spletna stran, ki sprejema vse, ni le bolj vključujoča, temveč je bolj odporna, bolj učinkovita in bolj usklajena s prihodnostjo turizma v Evropi.

III.9. Priporočila: kako izboljšati dostopnost spletne strani

Turističnim ponudnikom ni treba na novo zgraditi svojih spletnih strani, da postanejo bolj vključujoče. Mnogo izboljšav je enostavnih, ugodnih in jih je mogoče postopoma vpeljati. Spodaj je nekaj praktičnih, uresničljivih korakov, ki jih lahko vi ali vaši spletni razvijalci pričnete vpeljevati že danes.

III.9.1. Hitri uspehi: kaj lahko storite v tem trenutku

Teh šest ukrepov je cenovno ugodnih, primernih za začetnike in takoj izboljšajo uporabnost vaše spletne strani za širše občinstvo.

A. Slikovnemu gradivu dodajte ALT besedilo

- *Kaj naredite:* Vsaki sliki pripišite kratke opise (npr. »Zunanja terasa z razgledom na sončni zahod«).
- *Zakaj je to pomembno:* ALT besedilo pomaga bralnikom zaslona opisati slikovno gradivo slepim in slabovidnim uporabnikom ter izboljšuje SEO.

B. Videoposnetkom dodajte podnapise ali besedilne prepise

- *Kaj naredite:* Vsem videoposnetkom z govorom dodajte podnapise ali besedilne prepise.
- *Zakaj je to pomembno:* Gluhi ali naglušni uporabniki in mednarodni gostje ne morejo dostopati do videoposnetkov brez podnapisov.

C. Izboljšajte vidnost in kontrast besedila

- *Kaj naredite:*
- Uporabite velike pisave, enostavne za branje, z izrazitim kontrastom (npr. temno besedilo na belem ozadju).
- Izogibajte se: Svetlo sivemu besedilu, pisanim ozadjem ali okrasnim pisavam.
- *Zakaj je to pomembno:* Preslab kontrast je ena od najpogostejših težav za ljudi z okvaro vida.

D. Poskrbite, da bo vaša spletna stran uporabna tudi brez miške

- *Kaj naredite:* zagotovite, da je mogoče vse menije, gumbe in obrazce uporabljati samo s tipkovnico (tipki Tab in Enter).
- *Zakaj je to pomembno:* Mnogo uporabnikov z gibalnimi oviranostmi ne more uporabljati miške.

E. Dodajte zemljevid strani in povezavo »Preskoči na vsebino«

- *Kaj naredite:* poskrbite za preprost zemljevid strani ali povezavo na vrhu strani, ki uporabnike vodi neposredno na glavno vsebino.
- *Zakaj je to pomembno:* uporabniki bralnikov zaslona in tisti, ki uporabljajo le tipkovnico, se zanašajo na to funkcijo, da se izognejo dolgim, ponavljajočim se menijem.

F. Preizkusite svojo spletno stran kot uporabnik

- Kaj naredite:
- Po svoji spletni strani krmarite brez miške.
- Povečajte zaslon na 400 %. Je še vedno berljivo?
- Uporabite brezplačno razširitev bralnika zaslona: ali lahko razumete strukturo?
- Zakaj je to pomembno: s testiranjem lahko odkrijete ovire, ki jih drugače morda sploh ne bi opazili.

III.9.2. Dolgoročne izboljšave dostopnosti

Spodnji koraki zahtevajo nekoliko več časa in vložka, a bodo zagotovili, da je vaše podjetje pripravljeno na prihodnost in skladno z EU standardi.

A. Pogovorite se s svojim razvijalcem spletne strani ali agencijo

- Povprašajte, ali se vaša spletna stran sklada s standardi WCAG 2.1, mednarodnimi smernicami za dostopnost spletnih strani.
- Ne zadovoljite se z vtičniki ali prekrivnimi elementi. Zahtevajte, da je dostopnost vgrajena v zasnovu in kodo.

B. Uporabite vključujoče, uporabniku prijazne zasnove

- Svojo vsebino strukturirajte z naslovi (<h1>, <h2> itn.),
- Uporabljajte jasne menije, oznake in sporočila za povratne informacije,
- Izogibajte se animacijam ali utripajoči vsebini, ki jih ni mogoče ustaviti.
- *Zakaj je to pomembno:* Jasna zasnova koristi vsem, še posebej uporabnikom s kognitivnimi okvarami ali občutljivo senzorno zaznavo.

C. K testiranju povabite ljudi z invalidnostmi

- Povabite resnične uporabnike z različnimi invalidnostmi, da preizkusijo vašo spletno stran in vam dajo povratne informacije.
- Za pomoč ali nasvet lahko prosite tudi invalidne organizacije.
- *Zakaj je to pomembno:* Resnično testiranje razkrije resnične težave.

D. Uporabljajte enostaven jezik

- Izogibajte se zapletenim stavkom ali tehničnim izrazom.
- Pišite kratke, jasne in neposredne napotke.

- *Zakaj je to pomembno:* pomaga ljudem s kognitivnimi okvarami ter vsem uporabnikom lažje razumeti vašo vsebino (vključno s tujimi gosti).

III.9.3. Povzetek: zakaj se to splača

Izboljšanje dostopnosti ne pomeni, da mora biti vaša spletna stran popolna, temveč da jo izboljšate za več ljudi. Že z nekaj preprostimi spremembami lahko:

- Pozdravite več gostov.
- Izboljšate svoj ugled.
- Zmanjšate zmedenost in pritožbe strank.
- Izboljšate uvrščenost strani v iskalnikih.
- Pokažete, da je vaše podjetje vključujoče, moderno in strokovno.

Na svojo spletno stran lahko gledate kot na digitalna vhodna vrata: ali lahko vsi z lahkoto stopijo skozi ali puščate nekoga zunaj?

Preg. III.4. Seznam ukrepov za dostopnost za turistične ponudnike

Ukrep	Kaj narediti	Zakaj je to pomembno	Ali lahko sami vpeljete spremembo?	Narejeno (✓/X)
1. Vsem slikam dodajte ALT besedilo	Za vsako sliko napišite kratek opis (npr. »Vhod v hotel s klančino«)	Bralniki zaslona uporabljajo ALT besedilo za opisovanje slikovnega gradiva slepim in slabovidnim uporabnikom. Poleg tega izboljšuje SEO.	☒ Da	
2. Videoposnetkom dodajte podnapise ali besedilne prepise	Vsem videoposnetkom z govorom dodajte podnapise ali besedilne prepise	Pomaga gluhih ali naglušnim uporabnikom, koristi mednarodnim obiskovalcem.	☒ Da (osnovni videoposnetki)	
3. Izboljšajte berljivost besedila	Uporabljajte velike, jasne pisave in visokokontrastne barve (npr. temno besedilo na svetlem ozadju)	Pomaga slabovidnim uporabnikom, ljudem z disleksijo in starejšim.	☒ Da	
4. Poskrbite, da bo spletna stran uporabna brez miške	Poskrbite, da vse funkcije delujejo s tipkovnico (Tab + Enter)	Ključno za uporabnike z gibalno oviranostjo ali tistim brez dostopa do miške.	 Pogosto zahteva razvijalca	

5. Dodajte povezavo »Preskoči na vsebino«	Dodajte povezavo, ki preskoči menije naravnost na glavno vsebino	Prihrani čas in trud za uporabnike tipkovnice in bralnikov zaslona.	☒ Da (osnovna zasnova)	
6. Dodajte zemljevid ali kazalo spletne strani	Vključite enostaven zemljevid ali kazalo v nogi s povezavami	Izboljša navigacijo strani za vse uporabnike, še posebej uporabnike podpirne tehnologije.	☒ Da	
7. Preizkusite stran z bralnikom zaslona	Uporabite brezplačno razširitev iskalnika (npr. NVDA ali Chrome Vox), da slišite stran	Pomaga ugotoviti, ali lahko bralniki zaslona preberejo menije, gumbе in vsebino.	☒ Da	
8. Povečajte na 400 % in testirajte strukturo	Preverite, ali je vaša spletna stran še uporabna pri veliki povečavi	Podpira slabovidne uporabnike ali tiste s kognitivno okvaro.	☒ Da	
9. Povprašajte razvijalca o skladnosti z WCAG	Preverite, ali vaša stran sledi smernicam WCAG 2.1 AA	To so mednarodni standardi v skladu z EU zakoni.	 Zahteva razvijalca	
10. Uporabite pravilno strukturo naslovov HTML	Poskrbite, da ima vsebina naslove <h1>, <h2>, itn. za jasno strukturo	Bralniki zaslona se zanašajo na naslove, da učinkovito krmarijo po vsebini.	 Zahteva razvijalca ali poznavanje CMS	
11. Vsa polja v obrazcu pravilno označite	Poskrbite, da ima vsako vnosno polje na obrazcu (ime, e-naslov, itn.) besedilno oznako	Preprečuje zmedenost uporabnikov bralnikov zaslona in tipkovnice.	 Lahko zahteva razvijalca	
12. Ponudite sporočila o napakah in nasvete pri vnosu	Pomaga uporabnikom izpolniti obrazce z jasnimi navodili ali povratnimi informacijami o napakah	Zmanjšuje frustracijo in povišuje stopnjo izpolnjevanja obrazcev.	☒ Da (ali s pomočjo razvijalca)	
13. Povabite resnične uporabnike k testiranju	Povabite ljudi z invalidnostmi, da preizkusijo stran in podajo povratne informacije	Prave izkušnje bodo razkrile, kaj deluje in kaj ne.	 Zahteva načrtovanje	
14. Uporablajte enostaven, jasen jezik	Pišite enostavna besedila, uporabljajte kratke stavke in se izogibajte žargonu	Pomaga uporabnikom s kognitivnimi okvarami, starejšim ter tujim uporabnikom.	☒ Da	

Kako uporabljati ta seznam:

- Uporabljajte ga za posodobitve ali prenove.
- Delite ga s spletnimi razvijalci ali agencijo.
- Občasno ga preverite, da spremljate napredek.
- Že nekaj uvedenih ukrepov lahko znatno izboljša dostopnost.

III.10. Zaključki: zakaj je digitalna dostopnost v turizmu pomembna

Digitalna dostopnost ni več le obrobna tema, temveč je postala v središčna v vključujočem turizmu 21. stoletja. Ugotovitve projekta DATIS jasno kažejo, da so mnogi turistični ponudniki vložili sredstva v vizualno privlačne spletne strani, ki se prilagajajo mobilnim formatom, vendar jih večina še vedno nezavedno izključuje ljudi z invalidnostmi. Tu ne gre za slabe namene, temveč za pomanjkanje znanja, manjkajoča orodja in vrzel med predpostavkami o zasnovi in potrebami uporabnikov. Predstavljajte si naslednja scenarija:

- Slep potnik ne more rezervirati vodenega ogleda, ker slike niso opisane.
- Gluh uporabnik ne sliši informacij v videoposnetku brez podnapisov.

Ti trenutki so več kot le zamujene poslovne priložnosti, so tudi zamujene izkušnje, spomini in stiki. Dostopnost ni razkošje, temveč je nujno za vključujočo turistično gospodarstvo.

III.10.1. Dostopnost je gostoljubje

V turizmu pogosto rečemo: »Dobrodošli v svet.« A pomislimo – smo resnično gostoljubni do vseh, če nekateri gosti ne morejo uporabljati naših digitalnih vhodnih vrat? Dostopnost je del dobrega gostoljubja:

- Spoštuje pravico vseh do potovanja in sodelovanja.
- Sklada se z vrednotami dostojanstva, neodvisnosti in enakih priložnosti za vse.
- Dobro se odraža na vaši znamki in podjetju.

Ravno tako kot gradimo klančine in ponujamo menije v različnih jezikih, moramo pričeti misliti na dostopne spletne strani, mobilne aplikacije in orodja za rezervacije. Pogosto so prva točka stika in če te niso uporabne, se pot konča, še preden se je začela.

III.10.2. Z vključevanjem gradimo močnejši turistični sektor

Dostopne spletne strani:

- Dosežejo več ljudi, še posebej 87 milijonov državljanov EU z neko vrsto invalidnosti.
- Podpirajo starejše potnike, družine z otroki, ljudi na mobilnih napravah in mednarodne obiskovalce.
- Zmanjšujejo zmedenost in omogočajo bolj gladke potovalne izkušnje.

- Pomagajo zagotavljati skladnost z EU zakonodajo (kot sta Evropski akt o dostopnosti in Direktiva o dostopnosti spletišč in mobilnih aplikacij organov javnega sektorja).

Z digitalno vključujočim turizmom ga naredimo močnejšega, pravičnejšega in trajnejšega. Boljša izkušnja za eno skupino pogosto vodi do boljše izkušnje za vse.

III.10.3. Kaj razkriva projekt DATIS

Analiza čezmejnega projekta DATIS kaže jasno sliko:

- Ponudniki niso nastrojeni proti, temveč so neizobraženi in nepodprti.
- Majhne spremembe imajo velik učinek.
- Trdni temelji so že postavljeni (mobilni format, sestava strani), a potrebno jo je dopolniti s praktičnim znanjem o dostopnosti.

Opaziti je tudi, da dostopnost, ki ni vključena kot naknadna misel, temveč kot element zasnove, ustvari:

- Bolj samozavestne potnike.
- Boljšo spletno vidljivost.
- Manj napak pri rezervaciji in manj pritožb nad storitvami.
- Več zaupanja v turistične storitve.

III.10.4. Poziv k dejanjem

Če berete to kot turistični ponudnik, oblikovalec politik, spletni razvijalec ali član turistične organizacije:

- Ste del rešitve.
- Lahko naredite svojo spletno stran bolj vključujočo.
- Lahko pri razvijanju novih digitalnih vsebin naslovite naslednja vprašanja:
 - Ali je to mogoče uporabljati brez miške?
 - Ali je to mogoče prebrati brez gledanja na zaslon?
 - Ali to lahko razume nekdo, ki ni seznanjen s tehnologijo?

Ni vam treba vsega postoriti naenkrat. A nekje morate začeti. To je zato, ker se v turizmu vsaka pot začne z dostopom. Poskrbimo torej, da lahko vsi naredijo ta prvi korak, digitalno in z dostojanstvom.

III.11. Povzetek dostopnosti po skupinah uporabnikov

III.11.1. Slepí ali slabovidni uporabniki

Glavne ovire:

- Na 96 % strani je manjkalo dobro ALT besedilo.
- Slabe strukture naslovov in manjkajoče povezave za preskok na vsebino.
- Slab kontrast besedila in pomanjkanje vidnih indikatorjev za premikanje s tipkovnico.

Glavne potrebe:

- Opisno ALT besedilo za slikovno gradivo
- Logična struktura strani s semantičnimi naslovi.
- Visokokontrastne barve in pisave, ki jih je mogoče povečati.
- Skladnost z bralniki zaslona in navigacijo s tipkovnico.

Glavne navade uporabnikov:

- Uporaba bralnikov zaslona (npr. NVDA, JAWS, VoiceOver) za navigacijo po tipkovnici.
- Pregledovanje strani po naslovih, zanimivostih in povezavah.
- Izogibanje vsebini z močnim poudarkom na slikovnem gradivu in slabimi opisi.
- Zanašanje na funkcionalnost iskanja ali povezave »preskoči na vsebino« za večjo učinkovitost.

III.11.2. Gluhi ali naglušni uporabniki

Glavne ovire:

- 92 % italijanskih ali 95 % slovenskih strani ni imelo podnapisov ali besedilnih prepisov za videoposnetke.
- Navodila, podana v videoposnetku, se niso ponovila v besedilu.

Glavne potrebe:

- Podnapisi za vse video vsebine.
- Besedilni prepisi ali vizualne oznake za izrečene informacije.
- Jasne, dosledne vizualne povratne informacije in pisna navodila.

Glavne navade uporabnikov:

- Preferenca za video vsebine s podnapisi ali vizualnimi oznakami.
- Zanašanje na pisne vsebine pred avdio ali video navigacijo.
- Uporaba podnapisov in glasnosti, tudi, če ne slišijo.
- Pogosto brskajo v okoljih, kjer ne morejo dostopati do avdio vsebin (npr. javni prostori).

III.11.3. Uporabniki s kognitivnimi okvarami

Glavne ovire:

- Zapleteno besedilo in nedosledna struktura povečujejo kognitivno obremenjenost.
- Slaba zasnova strani in pomanjkanje navodil.
- Animacije in nakopičeni meniji, ki odvrtačajo pozornost.

Glavne potrebe:

- Preprost, strnjen jezik in uveljavljene ikone.
- Postopki izpolnjevanja obrazcev korak za korakom in potrditvena sporočila.
- Čim manj animacij, jasna postavitev in enostavno krmiljenje.

Glavne navade uporabnikov:

- Uporaba spletnih vtičnikov za poenostavljanje besedila ali odstranjevanje vsebin, ki preusmerjajo pozornost.
- Zanašanje na ikone in gumbe bolj kot na pisane oznake.
- Skeniranje strani za jasne naslednje korake namesto branja celotne vsebine.
- Preferenca branih interakcij in čim manj potreb po sprejemanju odločitev.

III.11.4. Uporabniki z gibalno oviranostjo

Glavne ovire:

- Podpora zaradi slabega krmiljenja s tipkovnico (v celoti mogoče po manj kot tretjini strani).
- Manjkajoče povezave za preskok in nedosledni indikatorji za fokus.
- Tarče za klik premajhne ali težko dostopne.

Glavne potrebe:

- Možno uporabljati vse funkcije strani s tipkovnico.
- Jasni indikatorji za fokus in strukturiran red zavihkov.
- Dovolj prostora med interaktivnimi elementi.

Glavne navade uporabnikov:

- Uporaba navigacije samo s tipkovnico (Tab, Enter, puščice).
- Preferenca za spletne strani brez časovno občutljivih dejanj ali elementov samo za lebdenje.
- Uporaba prilagodljivih pripomočkov, kot so ustne paličice ali programska oprema za sledenje očem software.
- Izogibanje vmesnikov z vlečenjem in spuščanjem ali dejanjem z več stopnjami.

III.11.5. Uporabniki z več oviranostmi

Glavne ovire:

- Številne težave, na primer manjkajoče ALT besedilo, ni naslovov ali nedostopni obrazci.
- Zelo malo spletnih strani je nudilo multimodalne vsebine ali so imele pomanjkljive pripomočke za navigacijo.

Glavne potrebe:

- Hkratna podpora za bralnike zaslona, podnapise, dostop s tipkovnico in preprost jezik.
- Sposobnost prilagajanja kontrasta, velikost pisave in načine interakcije.
- Jasna, dosledna vsebina in več modalitet (besedilo, vizualne, avdio vsebine).

Glavne navade uporabnikov:

- Hkratna uporaba več podpornih tehnologij (npr. bralnik zaslona + povečano besedilo).
- Močno zanašanje na bližnjice tipkovnice in glasovno navigacijo.
- Izogibanje spletnim stranem brez personalizacije ali možnosti prilagajanja.
- Pogosta pomoč podpornega osebja ali uporaba digitalnih orodij, konfiguriranih za njihove specifične potrebe.

III.11.6. Starejši

Glavne ovire:

- Slaba vidljivost besedila in kontrast.
- Pomanjkanje vodenja pri izpolnjevanju obrazcev in premajhna področja za klikanje.
- Gosto podane informacije in nejasne postavitve.

Glavne potrebe:

- Velike pisave, močan kontrast in jasna zasnova.
- Jasna navodila za rezervacije, obrazce in krmiljenje.
- Zmanjšanje kognitivne obremenitve z izčiščenimi stranmi in dobro bralno pisavo.

Glavne navade uporabnikov:

- Večja uporaba tabličnih računalnikov in pametnih telefonov z uporabo povečave.
- Preferenca za linearno krmiljenje in večje gumbe.
- Več časa porabijo za branje navodil ali opisov storitev.
- Izogibanje strani, ki se zdijo prezapletene ali preveč vizualno nakopičene.

III.12. Specifične potrebe in vrzeli v dostopnosti digitalnega turizma za uporabnike z vidnimi in kognitivnimi ovirami

III.12.1. Uporabniki z vidno okvaro (slepi, slabovidni, delna izguba vida)

Vidne okvare zajemajo širok spekter funkcionalnih omejitev, od popolne slepote do različnih stopenj slabovidnosti, vključno z boleznimi, kot so glavkom, degeneracija rumene pege in siva mrena. Mnogim uporabnikom v tej skupini internet ni a priori nedostopen, vendar postane nedostopen, če vsebina ni strukturirana, opisana ali po njej ni mogoče krmiliti na način, ki ga lahko prepoznajo podporne tehnologije.

Slepi in slabovidni uporabniki potrebujejo spletne strani, ki so v celoti kompatibilne z bralniki zaslonov in strukturirane s semantičnimi HTML. To pomeni, da morajo naslovi slediti logičnemu sosledju, vsi interaktivni elementi, kot so gumbi, povezave in polja v obrazcih, so pravilno označeni, regije vsebine pa morajo biti jasno definirane. Ti strukturni elementi omogočajo bralnikom zaslonov, da informacije podajo na razumljiv način, ki omogoča krmiljenje, da lahko uporabniki učinkovito in samostojno uporabljajo strani.

Slikovno gradivo s ključnimi informacijami mora biti opremljeno z jedrnatim in opisnim alternativnim besedilom. Brez tega uporabniki, ki ne morejo videti slik, ne morejo razumeti, kaj prikazujejo, najsi bo to hotelska soba, meni restavracije ali zemljevid strani. Alternativno besedilo mora služiti funkciji in vsebini slikovnega gradiva, ne le priznati njihove prisotnosti. Slepi in slabovidni uporabniki se ne zanašajo na miško, zato je krmiljenje s tipkovnico ključnega pomena. To vključuje zmožnost navigacije po vseh interaktivnih elementih, kot so meniji, obrazci, zavihki in pojavna okna ter uporaba ukazov, kot so Tab, Enter in puščice. Spletne strani morajo nuditi tudi dosledne in vidne indikatorje za fokus, ki uporabnikom pomagajo razumeti, kje se trenutno nahajajo v vmesniku.

Vizualna jasnost in možnost povečave sta ključna za slabovidne uporabnike. Besedilo mora biti berljivo pri povečavi (do 400 odstotkov) brez izgube vsebine ali funkcionalnosti. Barvni kontrast med besedilom in ozadjem mora zadoščati minimalnim standardom dostopnosti, da omogoča berljivost. Razporeditev mora ostati koherentna in stabilna pri povečavi, besedilo ne sme biti vgrajeno v slikovno gradivo, ki zmanjšuje berljivost. Polja v obrazcu morajo biti označena tako, da lahko bralniki zaslonov jasno interpretirajo njihov namen. Sporočila o napakah in navodila morajo biti na voljo v formatu, ki jih znajo tolmačiti podporne tehnologije, da lahko slepi uporabniki izvršujejo transakcije in rezervacije brez zunanje pomoči. Obrazci ali interaktivni elementi brez oznak ali ki se zanašajo samo na vizualno dimenzijo, postanejo nedostopni slepim uporabnikom.

Celokupno gledano se potrebe slepih in slabovidnih uporabnikov vrtijo okrog jasnosti, strukture ter pravilne uporabe spletnih standardov. Kadar tem potrebam ni zadoščeno, spletne strani postanejo ne le neprikladne, temveč popolnoma nedostopne. Reševanje teh vprašanj ni stvar tehnične izpopolnjenosti, temveč zavezanosti načelom vključujočega oblikovanja, ki vsem uporabnikom omogoči enakopraven dostop do digitalnih turističnih storitev.

A. Pogoste vrzeli v dostopnosti

- ALT besedilo pogosto manjka, ni relevantno ali pa odvečno (npr. »slika123.jpg«), kar pomeni, da je ta vsebina nedostopna.
- Mnogo spletnih strani nima označenih polj v obrazcu ali sporočil o napakah, da je nemogoče izpolniti obrazce z bralniki zaslonov.
- Dinamični elementi, kot so drsniki ali modalna okna, niso kodirani za dostopnost, kar onemogoča interakcijo.
- Meniji ali navigacija temeljijo na premikanju miške ali klikih z miško, brez dostopnih alternativ za tipkovnico.
- Manjkajo kazalniki fokusa, zaradi česar je slabovidnim uporabnikom težko slediti, kje na strani se nahajajo.

B. Učinek

Za slepe in slabovidne uporabnike nedostopna spletna stran ni le stvar neprikladnosti, temveč jih popolnoma izključuje. Ne morejo si pogledati nastanitev, razumeti ponudbe ali opraviti rezervacije brez močnega zanašanja na podporne tehnologije. Primerna dostopnost je skladna z zakonskimi zahtevami, obenem pa omogoča dostojno in samostojno turistično izkušnjo.

III.12.2. Uporabniki s kognitivno okvaro (nevrodiverziteta, psihosocialne, intelektualne okvare)

Kognitivne okvare so pogosto nerazumljene ali spregledane v sklopu digitalne dostopnosti. Ta skupina ljudi vključuje posameznike z razvojnimi motnjami, disleksijo, motnjami avtističnega spektra, travmatičnimi poškodbami glave, motnjami pozornosti in s starostjo povezanim kognitivnim upadom. Vključuje tudi osebe z motnjami v duševnem zdravju, ki učinkujejo na koncentracijo, spomin ali razumevanje. Te okvare so pogosto nevidne, zelo individualizirane in odvisne od konteksta, kar pomeni, da bo vključujoč dizajn bolj zapleten, zato pa še toliko bolj ključen. Uporabniki s kognitivno okvaro potrebujejo informacije, ki so predstavljene v jasnem in dostopnem jeziku. Besedilo mora biti napisano v kratkih, neposrednih stavkih brez žargona, metafor in zapletenih stavčnih struktur. Jasna in neposredna navodila so nujna, da bodo uporabniki razumeli, kako samozavestno krmiliti po spletni strani in izvrševati dejanja.

Prav tako sta pomembna dosledna struktura in krmiljenje. Posamezniki s težavami s spominom ali vzdrževanjem pozornosti imajo veliko koristi od vmesnikov, ki sledijo predvidljivim vzorcem. Krmilni meniji, gumbi in interaktivne komponente morajo ohranjati dosleden videz in položaj po celotni spletni strani, z izogibanjem nepotrebnim

spremembam, ki bi zmedli ali dezorientirali uporabnike. Spletne strani je potrebno zasnovati tako, da se čim manj odvrača pozornost. Elementi, kot so animacije, pojavna okna ali samodejno predvajanje videoposnetkov lahko hitro zmedejo uporabnike ali zmotijo njihovo koncentracijo. Iz tega razloga naj spletne strani zmanjšajo vizualno gnečo in uporabnikom ponudijo možnost premora ali zaustavitve kakršne koli premikajoče se vsebine.

Postopki, kot so rezervacije ali registracije, morajo biti razdeljeni na obvladljive korake. Vsak korak naj vključuje kazalnike napredka in jasne oznake, ki uporabnike vodijo skozi postopek po njihovem lastnem tempu, s čimer se zmanjša kognitivna preobremenitev in jih pomaga ohranjati orientirane.

Učinkovito preprečevanje napak in njihovo odpravljanje je ključno za to skupino uporabnikov. Pri izpolnjevanju obrazcev morajo uporabniki dobivati takojšnje in razumljive povratne informacije, kadar pride do napake. Ta sporočila naj pojasnjujejo, kaj je šlo narobe in kaj je potrebno storiti, da se odpravi napaka, pri čemer se izogibamo dvournemu ali tehničnemu jeziku.

Nenazadnje z uporabo vizualne podpore, kot so ikone ali ilustracije ob besedilu, pomembno izboljšamo razumevanje. To je še posebej uporabno za uporabnike s težavami v procesiranju jezika ali tiste, ki se bolj zanašajo na vizualne znake kot na pisna navodila. Premišljena integracija simboličnih elementov omogoča boljše razumevanje in ustvarja bolj vključujočo izkušnjo za vse uporabnike.

A. Pogoste vrzeli v dostopnosti

- Spletne strani s preveč besedila z veliko informacijami in dolgimi stavčnimi strukturami.
- Nejasna navodila ali medli pozivi k dejanjem (npr. »kliknite tu« namesto »rezervirajte voden ogled«).
- Zapleteni meniji ali večnivojski spustni sezname, ki so kognitivno zahtevni.
- Obrazci, ki se po določenem času ponastavijo, ne nudijo nobenih potrdilnih povratnih informacij ali ki potrebujejo več dejanj za potrditev.
- Uporaba simboličnega ali idiomatičnega jezika, ki zmede nevrodivezitetne uporabnike.

B. Učinek

Za uporabnike s kognitivno okvaro so digitalne ovire pogosto nevidne, a jih popolnoma onemogočajo. Posledično lahko postanejo zmedeni, tesnobni ali odvrnjeni, ko se spopadajo z nejasno ali zapleteno spletno stranjo. Pogosto zafrustrirani opustijo postopek rezervacije ali pa se celo popolnoma izogibajo turističnim storitvam. Kognitivne okvare so na splošno nezadostno zastopane v zakonodaji in ozaveščanju o dostopnosti, kljub temu da vključujejo znaten delež prebivalstva.

III.12.3. Zakaj je treba dati prednost tema skupinama

Obe skupini – slepi/slabovidni uporabniki in uporabniki s kognitivno okvaro – se soočajo s stalnim izključevanjem iz digitalnega turizma, če njihovim potrebam ni zadoščeno. Pri tem pa je pomembno, da je njuna interakcija s tehnologijo fundamentalno drugačna:

- Slepi uporabniki pogosto obvladajo programsko opremo bralnikov zaslonov in so visoko usposobljeni digitalni uporabniki. Žal pa so tudi popolnoma odvisni od pravilnega kodiranja, strukture in označevanja.
- Uporabniki s kognitivnimi okvarami morda uporabljajo standardne naprave, a potrebujejo enostavnost, jasnost in čustvena zagotovila z intuitivnim dizajnom in dosledno interakcijo.

Z razumevanjem teh raznolikih potreb lahko turistični ponudniki in spletni razvijalci preklopijo iz splošne skladnosti z zakonodajo v digitalno gostoljubje po meri človeka, ki naredi prostor za nevidne razlike, raznolike zmožnosti in vključujoče izkušnje.

- Accessible EU (2025): https://accessible-eu-centre.ec.europa.eu/index_en.
- Ajuntament de Barcelona (2021). *Turismo accesible en Barcelona*. Barcellona: Ajuntament de Barcelona.
- Avila R. & Rodríguez C. (2008). *Design for All: Estrategias para la accesibilidad universal*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Bauman Z. (1996). *Modernità liquida*. Roma-Bari: Laterza.
- Bauman Z. (2003). *Società liquida*. Roma-Bari: Laterza.
- Barnes C. & Mercer G. (2010). *Exploring Disability: A Sociological Introduction*. Cambridge: Polity Press.
- Beatty P.C. & Willis G.B. (2007). *Research synthesis: The practice of cognitive interviewing*. Public Opinion Quarterly, 71(2), str. 287–311.
- Berlin Barrier-Free, Visit Berlin (2022). *Turismo senza barriere a Berlino*. Berlino: Visit Berlin.
- Bianchi L., Arnaldi S. (2016). *Una prospettiva sociologica sulla responsabilità nella scienza e nella tecnologia*. «Studi di sociologia». 3, str.193–216.
- Buhalis D. & Darcy S. (2011). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Butler J. (1993). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*. New York: Routledge.
- CERPA Italia Onlus (2020). *Turismo accessibile in Italia*. Modena: CERPA.
- Ciani P. (2018). *Disabilità e società: prospettive di inclusione*. Milano: FrancoAngeli.
- Cityfriend (2023). *Turismo accessibile: Linee guida per l'accoglienza*. Torino: Cityfriend.
- Commissione Europea (2015). *Improving Accessibility in Tourism*. Bruxelles: European Commission.
- Comune di Trieste (2025): <https://www.comune.trieste.it/it/novita-227102/comunicati-227104/lassessore-alle-politiche-del-patrimonio-immobiliare-elisa-lodi-ha-presentato-lavvio-dei-lavori-per-rimozione-delle-barriere-fisiche-e-cognitive-del-museo-revoltella-280060>.
- Corvo P., Soligo M. & Zago M. (2023). *Il consumo turistico nel mondo*. In Lo Verde M., Corvo P., Pepe V. (cur.), *Sociologia dei consumi turistici*. Milano: Pearson.
- Council of Europe (2001). *Design for All and Inclusive Tourism*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Darcy S. (2010). *Inclusion through Tourism: Understanding Accessibility as a Right*. Sydney: University of Technology.
- Darcy S. & Buhalis D. (2011). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Darcy S. & Dickson T. (2009). *A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences*. Sydney: University of Technology.
- Darcy S., Cameron B. & Pegg S. (2010). *Accessible Tourism and Sustainability*. Brisbane: Griffith University.
- De Rosa G. (2017). *Turismo e accessibilità: Un nuovo paradigma per l'ospitalità*. Milano: Guerini e Associati.
- Di Santo R. (2024). *Accessibilità turistica per persone con disabilità*. Milano: FrancoAngeli.
- Dolomiti UNESCO (2021). *Turismo accessibile nelle Dolomiti*. Trento: Fondazione Dolomiti UNESCO.
- Durkheim É. (1893). *De la division du travail social*. Parigi: Alcan.
- Elliott M.N. et al. (2008). *How do proxy responses and proxy-assisted responses differ from what Medicare beneficiaries might have reported about their health care?*. Health Services Research, 43(3), pp. 833-848.

- ENAT – European Network for Accessible Tourism (2018). *Guidelines for Accessible Tourism Development*. Bruxelles: ENAT.
- European Accessibility Act (2019). *Directive on Accessibility Standards in Tourism*. Bruxelles: European Commission.
- European Commission (2022). *The Digital Decade Policy Programme 2030*: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/europes-digital-decade>
- European Commission (2023). *The tourism sector in the European Union – A driving force for the green and digital transition*. Touring Project: <https://touringproject.eu/the-tourism-sector-in-the-european-union-a-driving-force-for-green-and-digital-transition/>
- European Commission (2024). *Tourism policy overview*: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/policy-overview_en
- European Disability Forum (2022). *Accessibility and Inclusion in European Tourism*. Bruxelles: EDF.
- European Parliament. (2018). *The digital transformation of tourism* (EPRS Briefing 628236): [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628236/EPRS_BRI\(2018\)628236_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628236/EPRS_BRI(2018)628236_EN.pdf)
- European Union (2016). *Directive (EU) 2016/2102 of the European Parliament and of the Council on the accessibility of the websites and mobile applications of public sector bodies*: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32016L2102>
- Federalberghi (2023). *Ospitalità accessibile in Italia*. Roma: Federalberghi.
- FVG Turismo (2022). *Accoglienza turistica e disabilità in Friuli Venezia Giulia*. Trieste: Regione Friuli Venezia Giulia.
- Goffman E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Honneth A. (1995). *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*. Cambridge: Polity Press.
- ISTAT (2021). *Piano Nazionale per l'Accessibilità Urbana*. Roma: ISTAT.
- Libro Bianco sul Turismo Accessibile (Presidenza del Consiglio dei Ministri, 2013). *Linee guida per l'accessibilità turistica*. Roma: PCM.
- Mace R. (1998). *Universal Design Handbook*. New York: McGraw-Hill.
- McIntosh A. & Harris C. (2012). *Tourism and Disability: An Ethical Approach*. London: Routledge.
- McKercher B. & Darcy S. (2018). *Tourism and Disability: Barriers and Opportunities*. Bristol: Channel View Publications.
- Mol A. (2002). *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*. Durham: Duke University Press.
- Monaco S. (2019). *Sociologia del turismo accessibile. Il diritto alla mobilità e alla libertà di viaggio*. Varazze: PM edizioni.
- Mowforth M. & Munt I. (2015). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Oliver M. (1990). *The Politics of Disablement*. Basingstoke: Macmillan.
- Oliver M. (1996). *Understanding Disability: From Theory to Practice*. Basingstoke: Macmillan.
- Osservatorio del Turismo Accessibile (2023). *Indagine sull'accessibilità turistica in Italia*. Roma: ISNART.
- Pagan R. (2012). *Tourism and Disability: Economic and Social Aspects*. Madrid: Fundación ONCE.
- Pantou (2025). European Accessible Tourism Directory: www.pantou.org.
- Pellegrini G. & Mazzi C. (2021). *Turismo accessibile e sviluppo economico*. Milano: Egea.
- Poria Y., Reichel A. & Brandt Y. (2010). *Dimensions of Accessible Tourism: A Global Perspective*. London: Routledge.
- Priestley M. (2003). *Disability: A Life Course Approach*. Cambridge: Polity Press.
- Pritchard A., Morgan N. & Richards G. (2011). *Tourism and Inequality: Problems and Prospects*. Wallingford: CABI.
- PromoTurismoFVG (2025). Una Regione per Tutti: friuliveneziagiuliapertutti.it

- Ranci C. (2019). *Le politiche sociali per la disabilità*. Bologna: il Mulino.
- Regione Emilia-Romagna (2022). *Turismo per Tutti: Strategie di accessibilità turistica in Emilia-Romagna*. Bologna: Regione Emilia-Romagna.
- Regione Lazio (2022). *Turismo Accessibile Lazio: Progetti e Incentivi*. Roma: Regione Lazio.
- Regione Valle d'Aosta (2023). *Turismo accessibile in montagna*. Aosta: Regione Valle d'Aosta.
- RFI (2025). Sale Blu e servizi di assistenza ai viaggiatori:
[www.rfi.ithttps://www.rfi.it/it/stazioni/pagine-stazioni/accessibilita/le-informazioni-sull-assistenza-delle-sale-blu-in-un-click.html](https://www.rfi.it/it/stazioni/pagine-stazioni/accessibilita/le-informazioni-sull-assistenza-delle-sale-blu-in-un-click.html).
- Richards G., Pritchard A. & Morgan N. (2010). *The Changing Nature of Tourism Experiences*. Bristol: Channel View Publications.
- Scandic Hotels (2025). Accessibility Standard:
<https://www.scandichotels.com/explore-scandic/accessibility>.
- Sereni S. (2020). *Accessibilità e Turismo: Normative e Buone Pratiche*. Firenze: Edizioni ETS.
- Shakespeare T. (2013). *Disability Rights and Social Inclusion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Slovenian Ministry of Tourism (2023). *Triglav National Park: Accessibility and Sustainability*. Lubiana: Slovenian Tourist Board.
- Slovenian Tourist Board (2023). *Slovenia Green & Accessible*. Lubiana: Slovenian Tourist Board.
- Small J. (2015). *Accessible Tourism Experiences*. Bristol: Channel View Publications.
- Spillare A. (2020). *Turismo responsabile e sostenibilità*. Roma: Carocci.
- Steinfeld E. & Maisel J. (2012). *Universal Design: Creating Inclusive Environments*. Hoboken NJ: Wiley.
- Terraneo M. & Tognetti Bordogna M. (2021). *Turismo e Inclusione Sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Tourangeau R. et al. (2000). *The Psychology of Survey Response*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TravelAbility (2025):
<https://travelability.net/destination/madrid-spain/>.
- TRAVELSAT (2025). Index of Accessible Tourism Performance: www.travelsat.com.
- Trentino Marketing (2023). *Montagna per Tutti: Accessibilità e Outdoor*. Trento: Trentino Marketing.
- Trips Project (2025): <https://trips-project.eu/>.
- UNWTO (2013). *Recommendations on accessible tourism for all*:
<https://www.unwto.org/publication/recommendations-accessible-tourism-all>
- UNWTO (2015). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices*. United Nations World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO (2016). *Global Report on Accessible Tourism*. United Nations World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO (2022). *The Importance of Digital Innovation in Accessible Tourism*. United Nations World Tourism Organization, Madrid.
- Urry J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Urry J. (2002). *Mobility and Social Change*. London: Routledge.
- Urry J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.
- Village for All (2025): www.pontegiulio.com.
- VisitFlanders (2025). Accessible Tourism Plan: www.visitflanders.com
- Web Accessibility Initiative (WAI) (2018). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1*:
<https://www.w3.org/TR/WCAG21/>
- WHO (2023). *Accessibility in Travel Report*. Ginevra: World Health Organization.
- Zago M. (2008). *Costretti al lento viaggiare*. In Lavarini R. (cur.), *Viaggiare lento. Andare adagio alla scoperta di luoghi e persone*. Milano: Hoepli.

Zago M. (2011). Con Gasparini A. (cur.), *Relazioni Transfrontaliere e Turismo. Sinergie e strategie di cooperazione e sviluppo turistico nell'Alto Adriatico*. «IUIES Journal». 1-2, pp. 208.

Zago M. (2017). *Between slow tourists and operators: expectations and implications of a strategic cross-border proposal*. In Clancy M. (ed.), *Slow Tourism, Food and Cities. Pace and the Search for the 'Good Life'*. London: Routledge.

Zago M. (2020). *The European Union and soft tourism for the protection of the natural and cultural landscape: some problems and different approaches*. In Baldin S., De Vido S. (eds), *Environmental Sustainability in the European Union: Socio-Legal Perspectives*. Trieste: EUT.

Zajadacz A. (2020). *The Role of Virtual Reality in Accessible Tourism*. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100611.

PRILOGA

Vprašalnik o digitalnih omejitvah in dostopnem turizmu

Založnik: Beletrina, zavod za založniško dejavnost

- Prevajalska agencija: Jezikovne storitve Malovrh Tiran s.p.
- Uredniki: Špelca Mrvar
- Foto: DISPEC Univerza v Trstu, Beletrina
- Izdano v: Ljubljana, december 2025
- Digitalna publikacija za prenos na povezavi: www.ita-slo.eu/datis

**Interreg
Italia-Slovenija**



Co-funded by
the European Union

DATIS

DATIS: Digitalni pionirji dostopnega turizma

21.04.2024 – 20.4. 2026

Projekt DATIS sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A ItalijaSlovenija.

DATIS: www.ita-slo.eu/datis

Partnerji:

- Beletrina, zavod za založniško dejavnost
- Javni zavod za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina
- Oddelek za politične in družbene vede, Univerza v Trstu
- Konzorcij socialnih zadrug IL MOSAICO – socialna zadruga
- Zveza društev slepih in slabovidnih Slovenije (ZDSSS)
- PromoTurismo FVG

Pridruženi partnerji:

- Občina Ajdovščina
- Comune di Sagrado

Beletrina

Zavod za turizem
Nova Gorica in
Vipavska dolina

Vipavska dolina



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE
Dipartimento di
Scienze Politiche e Sociali



IL MOSAICO
CONSORZIO DI COOPERATIVE SOCIALI



ZVEZA DRUŠTEV SLEPIH
IN SLABOVIDNIH SLOVENIJE
1000 Ljubljana, Obalejske 2

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA