

Socialni turizem in trajnost v turizmu v času covida-19: primer slovenskih turističnih bonov

Janja Gabruč

UP Fakulteta za turistične študije – Turistica

janja.gabruc@fts.upr.si

Namen prispevka je predstaviti socialni turizem in njegovo vlogo pri zagotavljanju večje trajnosti v turističnem sektorju v času zdravstvene krize zaradi covida-19. Osrednji cilj prispevka je odgovoriti na vprašanje, ali turistične bone oziroma t. i. T B in B O N 21 lahko razumemo kot program socialnega turizma ter kakšen je njihov prispevek k socialni, ekonomski in okoljski trajnosti slovenskega turizma. Ključna ugotovitev prispevka je, da turistične bone, glede na njihove značilnosti – zagotovljena javnofinančna sredstva in številne družbeno-ekonomske koristi, ki jih mehanizem prinaša za vključene deležnike (povečevanje turistične in družbene vključenosti ter ohranjanje poslovanja turističnih podjetij in destinacij) –, lahko umestimo v presečišče programov inkluzivnega in stimulativnega modela socialnega turizma, s pomembnim prispevkom k socialni in ekonomski trajnosti slovenskega turizma.

Uvod

Socialni turizem je v evropskem prostoru v zadnjem desetletju pritegnil pozornost mnogih raziskovalcev (Diekmann in McCabe, 2021; Lima in Eusébio, 2021; McCabe idr., 2012; Minnaert idr., 2013a; Minnaert, 2020). Raziskovanje socialnega turizma in z njim povezanih programov ter politik (npr. socialne, zdravstvene, izobraževalne in ekonomske politike) ostaja aktualno tudi v prihodnje, zlasti zaradi vse večje družbene neenakosti, zaradi katere je dostop do turizma za mnoge negotov (McCabe, 2020). Prav tako socialni turizem prinaša številne ekonomske koristi za turistično gospodarstvo, še zlasti v obdobjih zmanjšane obsega povpraševanja (npr. v času gospodarskih kriz) oziroma v izvensezonskih obdobjih, ko turistično povpraševanje pomembno upade (Cisneros-Martínez idr., 2018). Posledično torej obstaja veliko dokazov o pomembni vlogi socialnega turizma pri zagotavljanju socialno-ekonomskih koristi za posameznike, družbo, destinacije in turistična podjetja ter vlade in lokalne

skupnosti, ki sprejemajo socialne turiste in njihovo potrošnjo (Diekmann idr., 2018).

Turistični boni, ki jih je slovenska vlada izdala v času zdravstvene krize zaradi covida-19, so po svojih značilnostih zelo podobni programom socialnega turizma in financirani s strani države prinašajo številne socialno-ekonomske koristi za vse deležnike, vključene v sistem. Osnovni namen turističnih bonov je s povečanjem domačega turističnega povpraševanja pomagati turističnemu gospodarstvu pri ponovnem zagonu turistične dejavnosti oziroma omiliti gospodarsko škodo, ki je nastala zaradi začasne prepovedi opravljanja gostinsko-turistične dejavnosti. Z uvedbo turističnih bonov v letih 2020 in 2021 (T B in B O N 21) pa se je fokus programov socialnega turizma iz poprejšnjih pretežno izoliranih in lokalnih destinacijskih pobud, usmerjenih v zagotavljanje počitnic predvsem za ranljive skupine, preusmeril na nacionalno raven in s turističnimi boni odprl ter razširil možnost turistične potrošnje na vse osebe s stalnim prebivališčem v Sloveniji. Vlada je z interventnim zakonom ukrepov za omilitev in odpravo posledic epidemije (Zakon o interventnih ukrepih za omilitev in odpravo posledic epidemije COVID-19 (ZIUOPE), 2020) iz proračuna zagotovila 356,86 milijona evrov javnofinančnih sredstev, namenjenih izboljšanju gospodarskega položaja na področju domače potrošnje v turizmu. Odrasle osebe so v letu 2020 prejele bon v vrednosti 200 evrov in mladoletne v vrednosti 50 evrov, ki ga je bilo mogoče za nastanitev ali nastanitev z zajtrkom unovčiti (samo) pri ponudnikih namestitvenih kapacitet – hotelih, počitniških domovih in avtokampih. S turističnimi boni, izdanimi v letu 2021, pa se je obseg vključenih ponudnikov storitev, pri katerih se lahko unovči turistične bone, razširil na ponudnike gostinskih, turističnih, športnih in kulturnih storitev. Za turistične bone je bilo zagotovljenih 192,2 milijona evrov, pri čemer so polnoletne osebe prejele bon v višini 100 evrov, mladoletne pa v višini 50 evrov (Zakon o interventnih ukrepih za pomoč gospodarstvu in turizmu pri omilitvi posledic pandemije COVID-19 (ZIUPTG), 2021). Njihov namen je ostal enak, to je pomoč gospodarstvu in ohranjanje delovnih mest.

Namen prispevka je torej nasloviti pomembno vlogo, ki jo lahko v obdobjih zmanjšanega turističnega povpraševanja, kot je, denimo, globalna zdravstvena kriza, socialni turizem odigra pri doseganju večje trajnosti v turističnem sektorju (Cisneros-Martínez idr., 2018; Diekmann in McCabe, 2021; Lima in Eusébio, 2021; McCabe, 2018; 2020). Osrednji cilj prispevka je (a) odgovoriti na vprašanje, ali turistične bone lahko razumemo kot program socialnega turizma ter kakšen je njihov prispevek

k večji socialni, ekonomski in okoljski trajnosti v turizmu v času zdravstvene krize zaradi covida-19. Da bi lahko prišli do zelenih odgovorov, smo si v prispevku zadali še dva vmesna cilja, in sicer: (b) predstaviti koncept socialnega turizma in z njim povezane modele ter pobude socialnega turizma in (c) povezati socialni turizem s konceptom trajnostnega razvoja v turizmu.

Pregled literature

DEFINICIJE IN MODELI SOCIALNEGA TURIZMA

Socialni turizem po definiciji zajema (Minnaert idr., 2012, str. 29):

vse aktivnosti, odnose in pojave na področju turizma, ki so posledica vključevanja ekonomsko ali drugače deprivilegiranih in izključenih skupin iz udeležbe v turizmu. Vključevanje teh skupin v turizem omogočajo finančne in druge intervencije, dobro opredeljene in socialne narave.

Socialni turizem torej močno zaznamujejo njegovo socialno poslanstvo in pobude, katerih osnovni cilj je odpravljanje številnih potovalnih ovir, ki posameznikom oziroma različnim ranljivim družbenim skupinam onemogočajo, da bi odšli na počitnice (Gabruč in Medarić, 2021; McCabe idr., 2012; Minnaert, 2021; Minnaert idr., 2013a). Leta 2009 je Evropska unija z namenom spodbujanja turizma, podpore delovnim mestom v turizmu in blaženja izgub v nizki sezoni zagnala vseevropski projekt za razvoj socialnega turizma Calypso, ki je kot ključne ciljne skupine socialnega turizma definiral seniorje, mlade, družine z nizkimi dohodki in osebe s posebnimi potrebami (European Commission, DG Enterprise and Industry, 2010), pri čemer se je največji del pozornosti akademikov in praktikov socialnega turizma usmeril v skupino seniorjev (Diekmann idr., 2020; Eusébio idr., 2017; Gabruč in Medarić, 2021; Kazeminia idr., 2015). Vendar pa je socialni turizem pojav, ki prinaša koristi vsem vključenim deležnikom – upravičencem do socialnega turizma, turističnim ponudnikom in lokalnim skupnostim oziroma gostujočim destinacijam, pri čemer se je fokus pobud socialnega turizma od posameznikov preusmeril k spodbujanju turistične udeležbe kar najširšega dela družbe, vključno z ranljivimi družbenimi skupinami (McCabe in Diekmann, 2015; Diekmann in McCabe, 2021; Minnaert, 2021; Minnaert idr., 2013b).

Zgodovinsko gledano se je socialni turizem razvil iz koncepta, zasnovanega na finančni pomoči socialno deprivilegiranim skupinam pri vključevanju v turizem, temu so sledile pobude plačanih počitnic za de-

lavce, ki so jih zagotavljali sindikati – tudi v Sloveniji oziroma nekdanji Jugoslaviji smo imeli dobro razvit sistem sindikalnega turizma (Župančič in Puljić, 2017) –, vse do današnjih dni, ko se socialni turizem celostno osredotoča na deprivilegirane oziroma ranljive družbene skupine s ciljem, da se z vključevanjem v turizem spodbudijo njihova inkluzija, družbena integracija in aktivno državljanstvo (Diekmann idr., 2018). Sočasno pa v evropski praksi socialnega turizma lahko zasledimo tudi številne pobude inkluzivnega in stimulativnega modela socialnega turizma, ki po načelu »turizem za vse« v turistično participacijo vključujejo kar najširši del populacije oziroma izbranega ciljnega segmenta na turističnem trgu (Diekmann in McCabe, 2021).

Omenjeno raznolikost pobud socialnega turizma pregledneje predstavijo aktualni modeli socialnega turizma, ki vključujejo participativni, inkluzivni, adaptacijski in stimulacijski model (Minnaert idr., 2013b, str. 7). Pobude participativnega in adaptacijskega modela socialnega turizma se osredotočajo na ranljive družbene skupine, ki so zaradi ekonomskih in/ali zdravstvenih razlogov običajno iz turizma izključene (npr. otroci in seniorji iz socialno šibkejših okolij, otroci in seniorji s kompleksnimi zdravstvenimi težavami, osebe s posebnimi potrebami). Namen tovrstnih pobud je s pomočjo različnih finančnih mehanizmov in drugih prilagoditev turističnih proizvodov spodbuditi njihovo udeležbo v turizmu. Razlika med modeloma je v ponujenem turističnem proizvodu, ki je v primeru participativnega modela praviloma (samo) financiran iz javnih (ali humanitarnih) sredstev, medtem ko adaptacijski model, poleg finančnih mehanizmov, vključuje tudi prilagoditve turističnih proizvodov in infrastrukture. V okvir adaptacijskega modela tako lahko umestimo pobude dostopnega turizma, katerih osnovni cilj je omogočiti turistično udeležbo osebam s posebnimi potrebami in seniorjem, ki se pogosto srečujejo s težavami v mobilnosti in z drugimi zdravstvenimi težavami (Alén idr., 2012; Darcy, 2010; Gabruč in Medarić, 2021; Kazeminia idr., 2015). Zato dostopni turizem promovira univerzalni design in zagotavljanje univerzalnih turističnih proizvodov, storitev in okolja, pri čemer je ključno upoštevati načela neodvisnosti, pravičnosti in dostojanstva teh oseb (Darcy in Dickson, 2009).

Cilj pobud v kategoriji inkluzivnega modela socialnega turizma je spodbuditi turistično potrošnjo večjega dela družbe, vključno z ranljivimi skupinami (Minnaert idr., 2013b). Tovrstne pobude so zato praviloma večjega obsega, npr. regionalne, nacionalne, bilateralne ali mednarodne. Turistična udeležba je običajno (so)financirana iz javnih sredstev

in motivirana s pomočjo različnih finančnih mehanizmov, kot so npr. francoski oziroma madžarski počitniški vavčerji ali španski *IM S E R S O*, finančno asistenco pri udeležbi v turizmu pa se razume kot univerzalno korist, ki je še posebej koristna za ekonomsko najšibkejšo. Praviloma so tovrstne pobude tudi finančno vzdržne in imajo močan ekonomski učinek na turistično gospodarstvo ter gostujoče destinacije; v primeru francoskih vavčerjev se ocenjuje, da je celoten izkupiček turistične potrošnje iz sistema vavčerjev kar štirikrat večji od vrednosti izdanih vavčerjev oziroma en vložen evro v španski sistem *IM S E R S O* državi prinese 1,53 evra (M G R T, 2017).

Stimulativni model je med modeli socialnega turizma edini, ki se osredotoča na pobude, povezane z gostitelji. Tovrstne pobude stimulirajo turistično potrošnjo, ki destinacijam prinaša dodatne gospodarske priložnosti (Minnaert idr., 2013b). Praviloma so iniciative stimulativnega socialnega turizma povezane z izvensezonskimi obdobji in blažijo sezonska nihanja ter z njimi povezan upad turistične potrošnje. Namen tovrstnih pobud je ohraniti oziroma spodbuditi povpraševanje na destinaciji tudi v izvensezonskem obdobju, pri čemer se doseže tudi enakomernejša časovna porazdelitev turističnega povpraševanja čez celotno leto, kar je pomembno tudi z vidika večje okoljske in socialno-ekonomske trajnosti (Cisneros-Martínez idr., 2018; Diekmann in McCabe, 2021; McCabe, 2018). Socialnoturistične pobude v kategoriji stimulativnega modela se primarno osredotočajo na vse razpoložljive ciljne skupine, ki se jih lahko pritegne k turistični udeležbi v izvensezonskem času, pri čemer velja izpostaviti, da so daleč najpogostejše ciljana skupina seniorji (Carneiro idr., 2021; Gabruč in Medarić, 2021; González idr., 2021). Tovrstne stimulativne pobude socialnega turizma pomagajo ohranjati poslovanje in delovna mesta v turizmu ter v splošnem destinacijam omogočajo živahnejše poslovanje v izvensezonskem obdobju (Cisneros-Martínez idr., 2018; González idr., 2021; McCabe, 2018; M G R T, 2017; Minnaert idr., 2013b). Socialni turizem ima v tem pogledu tudi velik zaščitni pomen, saj turistična podjetja in destinacije ščiti pred nezaželenimi učinki sezonskih nihanj, ki se negativno odražajo v sezonskem poslovanju in posledično sezonskem zaposlovanju turističnih delavcev, zaznamovanem s (pre)številnimi netrajnostnimi oziroma prekarnimi zaposlitvami (Robinson idr., 2019).

V kontekstu različnih modelov socialnega turizma lahko turistične bone razumemo v okviru stimulativnega modela socialnega turizma, ki se primarno osredotoča na gostitelje in zagotavljanje ekonomskih koristi socialnega turizma. Hkrati pa mehanizem turističnih bonov, glede na

poudarjeno inkluzijo oziroma spodbujanje kar najširše turistične participacije državljanov, lahko razumemo tudi v okviru inkluzivnega modela, ki vključenim deležnikom prinaša številne družbene in ekonomske koristi ter s tem pomembno prispeva k večji trajnosti v turizmu (McCabe, 2018).

SOCIALNI TURIZEM IN TRAJNOST

Da bi lahko odgovorili na vprašanje, ali obstaja povezava med trajnostnim razvojem turizma in socialnim turizmom, je potrebno najprej razumeti koncept trajnostnega turizma. Kot osnovo za primerjavo in povezavo obeh konceptov smo izbrali Sharpleyev model trajnostnega razvoja turizma (Sharpley, 2000), ki je utemeljen na štirih komponentah, in sicer so to *temeljna načela, razvojni cilji, trajnostni cilji ter zahteve za trajnostni razvoj*, pri čemer je vsaka komponenta podprta z več stebri.

Prvo komponento temeljnih načel podpirajo trije stebri, in sicer *holističen pristop, prihodnost in pravičnost*. Nedvomno lahko socialni turizem povežemo z vsemi tremi stebri temeljnih načel. V okviru holističnega pristopa kot ključni element za razvoj trajnostnega turizma raziskava izpostavi učinkovito triangulacijo odnosa med različnimi turističnimi deležniki – gostujočimi destinacijami, turisti in turističnimi ponudniki. Programe socialnega turizma, kot so španski IMSEerso, portugalski INATEL in francoski turistični vavčerji, bi lahko v tem kontekstu izpostavili kot primere dobre prakse, na podlagi katerih beneficirajo vsi vključeni turistični deležniki (DG Enterprise, 2010). Poleg številnih socialno-družbenih koristi, ki jih tovrstni programi prinašajo za posameznike in družbo (Carneiro idr., 2021; Gabruč in Medarić, 2021; González idr., 2021), je potrebno izpostaviti tudi ekonomske koristi teh programov za destinacijske skupnosti in turistične ponudnike (DG Enterprise, 2010; Cisneros-Martínez idr., 2018).

Lahko bi rekli, da je torej holistični pristop socialnega turizma podprt s svežnjem koristi, ki jih ta prinaša vključenim turističnim deležnikom in vključujejo: ekonomske koristi (European Commission, DG Enterprise and Industry, 2010; Cisneros-Martínez idr., 2018), socialno-družbene koristi (Gabruč in Medarić, 2021; McCabe, 2009; McCabe idr., 2010; McCabe in Johnson, 2013; Medarić idr., 2017; Minnaert idr., 2009; Sedgley idr., 2012) in tudi okoljske koristi (Cisneros-Martínez idr., 2018; Diekmann in McCabe, 2021). Koristi participativnega, inkluzivnega in adaptacijskega modela socialnega turizma so usmerjene predvsem v zagotavljanje socialnih/družbenih koristi za posameznike in družbo, pri

četrtem, stimulativnem modelu, kamor lahko umestimo tudi že omejeno evropsko pobudo Calypso in španski program *IMERSO*, pa je fokus prvenstveno usmerjen v zagotavljanje ekonomskih koristi za destinacije oziroma gostujoče skupnosti (Cisneros-Martínez idr., 2018; MGR T, 2017; Minnaert idr., 2013b).

Usmeritev v prihodnost, ki predstavlja drugi pomemben steber temeljnih načel trajnostnega razvoja in v tem kontekstu zasledovanje dolgoročnih koristi oziroma priložnosti, ki jih (socialni) turizem prinaša za turiste in gostujoče destinacijske skupnosti, je eden od ključnih vidikov, ki jih zasleduje trajnostni razvoj turizma (Sharples, 2000). V tem kontekstu lahko prispevek socialnega turizma k dolgoročnim razvojnim ciljem trajnostnega razvoja turizma identificiramo na več ravneh. Prvič, kontinuiteta programov socialnega turizma destinacijam in turističnim ponudnikom kot tudi uporabnikom socialnega turizma zagotavlja določeno mero stabilnosti in varnosti v smislu zagotavljanja dolgoročnih socialno-ekonomskih koristi; španski program *IMERSO* deluje že od leta 1985, torej že več kot 36 let, je finančno vzdržen in vključen v socialno politiko države (DG Enterprise, 2010; González idr., 2021). Nadalje, socialna in finančna vzdržnost tovrstnih programov destinacijam omogoča, da dolgoročno lažje ohranjajo poslovanje tudi v izvensezonskih obdobjih, se razvijajo in vlagajo v razvoj novih (socialnih) turističnih proizvodov, investirajo v obstoječo oziroma novo turistično infrastrukturo in predvsem ohranjajo ali celo generirajo nova ter boljša delovna mesta v turizmu, s čimer pozitivno vplivajo na zmanjševanje prekarizacije delovnih mest v turizmu v prihodnje (Robinson idr., 2019). Z zasledovanjem predvsem dolgoročnih ciljev in koristi socialnega turizma le-ta pozitivno prispeva k razvoju socialno in ekonomsko podprtega trajnostnega razvoja turizma.

Tretji steber trajnostnih usmeritev izpostavi načelo poštenosti (Sharples, 2000, str. 8), kjer se promovira »pravičen razvoj, ki zagotavlja priložnosti za dostop in uporabo (turističnih) virov vsem članom družbe, v sedanjosti in tudi v prihodnje«. Velikega pomena socialnega turizma v tem kontekstu ni mogoče spregledati, saj je v osnovi definiran in usmerjen k vključevanju iz turizma izključenih skupin oziroma vključuje tudi socialnoturistične programe ter pobude, organizirane po načelu *turizem za vse*, katerih namen je v turizmu vključiti kar najširši del družbe, vključno z ranljivimi skupinami (Minnaert idr., 2012). V zadnjem desetletju je v tem kontekstu opaziti porast t. i. pobud dostopnega turizma, ki izpostavljajo fenomen dostopnih turističnih destinacij oziroma dostopnih turističnih doživetij, ki naj bi omogočila dostop do turizma tudi osebam s poseb-

nimi potrebami (Darcy idr., 2010; Darcy in Dickson, 2009; Medarić idr., 2021; Michopoulou idr., 2015; Vila idr., 2015). Na strani ponudbe pa raznolike pobude socialnega turizma prispevajo k večji trajnosti delovnih mest v turizmu, ki jih zaznamujejo številne prekarne zaposlitve (Baum, 2007; 2015; Baum idr., 2020; Robinson idr., 2019), pri čemer so trajnostni razmisleki ravnanja s človeškimi viri usmerjeni predvsem v zagotavljanje varnejših in dolgoročnejših oblik zaposlitve tudi v izvensezonskem obdobju, obvladovanje visoke stopnje fluktuacije zaposlenih ter izboljševanje pogojev dela v turizmu, za katere so značilne nizke plače, omejene možnosti razvoja in napredovanja ter neugodni vzorci delovnega časa (Baum, 2006). Kljub temu da ekonomske koristi turizma ostajajo visoko polarizirane in regionalizirane, pri čemer je turizem tudi znotraj nacionalnih okvirov pogosto neenakomerno porazdeljen in zmanjšuje priložnosti za pravičen razvoj (Sharpley, 2000), pa pobude socialnega turizma pomembno promovirajo temeljno načelo poštenosti in posledično večje trajnosti v turizmu, v okviru katere so realizirane socio-ekonomske in tudi okoljske koristi boljše uravnotežene ter razporejene med vse vključene turistične deležnike.

Druga komponenta razvojnih ciljev turizem izpostavlja kot generator razvoja, ki zasleduje predvsem tri cilje, in to so: *izboljšanje kakovosti življenja za vse ljudi; zadovoljevanje osnovnih potreb; samozadostnost ter skladen/endogen razvoj*. Turizem dokazano prispeva k izboljšanju kakovosti življenja ljudi (Dolnicar idr., 2012) in povečanju njihovega blagostanja (Smith in Diekmann, 2017), še posebej velik prispevek pa ima socialni turizem k povečanju blagostanja ranljivih skupin (Carneiro idr., 2021; Gabruč in Medarić, 2021; McCabe idr., 2010; McCabe in Johnson, 2013; Medarić idr., 2017; Sedgley idr., 2012). Ravno tako ima (socialni) turizem pomemben vpliv na kakovost delovnega življenja zaposlenih v turizmu; turizem se rad pohvali z dejstvom, da generira številne zaposlitvene priložnosti za prebivalce gostujočih destinacijskih skupnosti, pri čemer pa je potrebno opozoriti na dejstvo, da so te službe pogosto sezone-ske/prekarne, slabo plačane in s slabimi delovnimi pogoji (Baum, 2006; 2007; 2015; Baum idr., 2020; Robinson idr., 2019). V tem pogledu je potrebno izpostaviti, da programi socialnega turizma, zlasti tisti, lansirani v obdobju nizke sezone, praviloma zasledujejo logiko (samo) pokrivanja stroškov turističnih proizvodov (Minnaert, 2021) in na ta način ohranjajo izvensezonsko poslovanje ter zaposlovanje turističnih podjetij, s čimer pomembno zmanjšujejo negativne vplive sezonskosti na turizem (European Commission, DG Enterprise and Industry, 2010; Cisneros-Martínez

idr., 2018; McCabe 2018). Tovrstne pobude socialnega turizma omogočajo časovno enakomernejšo porazdelitev turističnega povpraševanja in posledično socialno-ekonomsko skladnejši razvoj turizma, pri čemer v ospredju ni dobiček, pač pa že omenjeno ohranjanje poslovanja in delovnih mest v turizmu. V tem pogledu je potrebno omeniti tudi izboljšanje kakovosti življenja lokalnih prebivalcev, saj (pre)razporeditev oziroma redistribucija turističnega povpraševanja prinaša številne okoljske, socio-kulturne in ekonomske koristi tudi za lokalno prebivalstvo (Cisneros-Martínez idr., 2018).

Temeljno načelo oziroma cilj vseh strategij trajnostnega razvoja turizma je zaščita in krepitev naravnih, socialnih in kulturnih virov, od katerih je turizem odvisen (Sharpley, 2000). *Komponenta trajnostnih ciljev* in cilji socialnega turizma imajo v tem kontekstu veliko skupnega; socialni turizem, kot že večkrat poudarjeno, je ciljno usmerjen v zmanjševanje socialne neenakosti in povečevanje turistične participacije, njegov pomembnejši vpliv pa je tudi ekonomski, saj predpostavlja poštenejšo distribucijo ekonomskih koristi v širšem sistemu turizma (Cisneros-Martínez idr., 2018). Številne raziskave socialnega turizma so identificirale tudi mnoge druge družbeno-socialne koristi programov socialnega turizma, kot, denimo, spodbujanje socialne inkluzije in povečevanja neodvisnosti ter znanja posameznikov in tudi družbe kot celote (McCabe, 2009; Minnaert idr., 2009). Pomembna stebra trajnostnih ciljev pa predstavljata tudi trajnostna raba turističnih virov in zagotavljanje trajnostne ravni turistične populacije v gostujočih skupnostih oziroma upoštevanje t. i. nosilne zmogljivosti turističnih destinacij.

V okviru *komponente zahtev za trajnostni razvoj* je kot ključni element izpostavljeno sodelovanje (vseh) turističnih deležnikov, kar naj bi omogočalo razvoj celostnih razvojnih politik na lokalni, nacionalni in mednarodni ravni, pri čemer se zasleduje razvoj novih socialnih modelov in strategij za trajnostno življenje (Sharpley, 2000). Novejše raziskave v tem pogledu izpostavljajo pomembno povezavo med socialnim turizmom in trajnostnim razvojem (Cisneros-Martínez idr., 2018; McCabe 2018), pri čemer atipična omrežja socialnoturističnih deležnikov poleg komercialnih organizacij vključujejo tudi raznolike skupine uporabnikov socialnega turizma in socialnih (nevladnih) organizacij (Minnaert, 2020). V povezavi z razvojem novih trajnostnih strategij, kjer naj bi imel socialni turizem pomembno vlogo za doseganje dolgoročne konkurenčnosti evropskih turističnih destinacij, raziskava McCaba (2018) izpostavlja dve pomembni strategiji, in sicer sta to: (1) razvoj strategij, ki bi destinacijam

omogočile časovno in prostorsko enakomernejšo porazdelitev turističnega povpraševanja ter večjo diferenciacijo turističnih destinacij, in (2) razvoj sofisticiranih strategij segmentacije in targetiranja, ki naj bi za zagotavljanje ekonomske trajnosti in učinkovite rabe turističnih virov vključevale tudi segment socialnega turizma. V okviru omenjenih trajnostnih strategij je raziskava Cisneros-Martíneza idr. (2018) evidentirala in zbrala številne dokaze o ekonomski trajnosti programa IMSESO, katerega osnovni namen je zmanjševanje sezonskih neravnovesij v turističnem povpraševanju. Raziskava je pokazala, da program pozitivno vpliva na zmanjševanje sezonskosti povpraševanja, vendar pa je njegov vpliv spremenljiv in odvisen od regije ter splošne ravni povpraševanja. Rezultati raziskave so dodatno pokazali tudi, da se problematika sezonske koncentracije povpraševanja z zmanjševanjem obsega programa IMSESO oziroma zaradi globalne finančne krize zmanjšanim obsegom programu namenjenih finančnih sredstev poslabšuje. Ključna in osrednja ugotovitve raziskave pa je, da socialni turizem lahko pomembno prispeva k oblikovanju različnih pobud in strategij trajnostnega razvoja, še posebej na zelo sezonskih destinacijah in trgih. Socialni turizem in razvoj novih trajnostnih politik tako odpirata prostor različnim vladnim in nevladnim organizacijam, da bolje spoznajo obstoječe mehanizme socialnega turizma, prepoznajo njihove prednosti in slabosti ter jih z namenom oblikovanja dostopne turistične ponudbe po načelu »turizem za vse« promovirajo pri zainteresiranih (turističnih) ponudnikih (Diekmann in McCabe, 2021).

Socialni turizem se torej v mnogočem sklada s trajnostnim turizmom in povezave med obema konceptoma najdemo na vseh treh dimenzijah trajnosti, socialni, ekonomski in okoljski (Baumgartner, 2012). Navedena raziskava izpostavi tri vrste povezav: prva nastaja v okviru socialne trajnosti, kjer so prakse tako socialnega kot tudi trajnostnega turizma usmerjene v zmanjševanje družbene neenakosti oziroma spodbujanje družbene inkluzije. Druga povezava med obema konceptoma naslavlja ekonomski vidik trajnosti, pri čemer socialni turizem pomaga širiti prostorsko in časovno, razteguje turistično sezono in prispeva k ohranjanju zaposlovanja na turističnih destinacijah. V kontekstu zasledovanja ekonomskih koristi je potrebno izpostaviti pomembno vlogo pobud širokega obsega oziroma nacionalnih pobud socialnega turizma, ki v turizem po načelu »turizem za vse« vključujejo kar najširši del družbe oziroma večje segmente turističnega trga. Tretja povezava med obema konceptoma pa se nanaša na okoljski vidik, v okviru katerega domači socialni turizem vsekakor pušča manjši ogljični odtis in zaradi enakomernejše časovne ter prostorske

porazdelitve povpraševanja prinaša tudi manjše prostorske obremenitve oziroma je tudi v smislu ohranjanja in uporabe obstoječe turistične infrastrukture trajnostnejši.

Ob tem velja izpostaviti, da je tudi Evropska komisija identificirala pozitivni prispevek socialnega turizma k trajnostnejšemu razvoju turizma, pri čemer socialni turizem s svojim primarno socialnim fokusom (in sekundarno ekonomskim), ob upoštevanju ekonomskih, socialnih in okoljskih kriterijev trajnosti, lahko pomaga pri gradnji ali sanaciji turističnih destinacij (Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o socialnem turizmu v Evropi, 2006). Glavni argument v ozadju omenjene povezave socialnega turizma s trajnostnim pa je v potencialu socialnega turizma, ki ohranja zunajsezonsko turistično aktivnost in na ta način lajša ključne težave, povezane s sezonskimi vzorci povpraševanja (Cisneros-Martínez idr., 2018). S promocijo dostopa do turizma za družbeno ranljive skupine socialni turizem krepi potencial za ustvarjanje prihodkov turističnega gospodarstva ter omogoča razvoj zunajsezonskega turizma. Na ta način spodbuja in ustvarja tudi dolgoročneje zaposlitvene prilžnosti v turističnem sektorju (Diekmann in McCabe, 2013).

Mehanizem turističnih bonov torej vključuje vse štiri komponente trajnosti, pri čemer v okviru trajnostnih načel zasleduje predvsem vidik pravičnosti in holističnega pristopa, saj v sistem vključuje kar najširši del turističnih ponudnikov in potrošnikov, vključno s tistimi skupinami potrošnikov, ki si brez finančne pomoči počitnic ne bi mogle privoščiti. Pozitiven prispevek turističnih bonov lahko povežemo s številnimi razvojnimi cilji trajnosti, ki vključujejo izboljšanje kakovosti življenja ljudi, zadovoljevanje osnovnih potreb po počitku (stran od doma) ter tudi skladnejši razvoja turizma oziroma turističnih destinacij. V kontekstu zahtev za trajnostni razvoj turizma pa mehanizem turističnih bonov lahko razumemo kot del krizne socialno-ekonomske politike države oziroma kot (novo) nacionalno strategijo z velikim pomenom za zagotavljanje večje ekonomske, socialne in tudi okoljske trajnosti v turizmu v času zdravstvene krize.

Slovenski turistični boni ter socialna, ekonomska in okoljska trajnost

OSNOVNE INFORMACIJE O TURISTIČNIH BONIH

Turistični boni predstavljajo enega pomembnejših ukrepov Zakona o interventnih ukrepih za omilitve in odpravo posledic epidemije COVID-19 (ZIUOOPe) (2020) oziroma Zakona o interventnih ukrepih za pomoč gospodarstvu in turizmu pri omilitvi posledic pandemije COVID-19 (ZIUPTG) (2021). Vlada s tema zakonoma vpelje turistične bone za leti 2020

in 2021 oziroma t. i. Turistični BON in BON21, katerih namen je odprava posledic epidemije v turizmu oziroma izboljšanje gospodarskega položaja na področju turistične potrošnje (ZIUOPE, 2020, 35. člen; ZIUPGT, 2021). Po podatkih medijskega portala (Stegnar, 2021), pridobljenih od Finančne uprave Republike Slovenije (v nadaljevanju FURS), je bilo unovčenih 63 odstotkov lanskih bonov, letošnjih bonov pa je bilo že v prvem mesecu unovčenih kar 22 odstotkov. V našem prispevku se bomo prvenstveno orientirali na turistične bone, izdane v letu 2020, in z njimi povezana poročila in analize, ki jih pripravlja FURS.

Turistični boni oziroma t. i. boni so prenosljivi med sorodniki (v ravni vrsti do drugega kolena, torej med starimi starši, starši, otroci zakonca ali zunajzakonskega partnerja in vnuki), zakonci in zunajzakonskimi partnerji, partnerji v sklenjeni in nesklenjeni partnerski zvezi ter med otroci in njihovimi zakonitimi zastopniki in jih je mogoče do konca leta 2021 unovčiti za nastanitev ali nastanitev z zajtrkom (samo) pri izvajalcih dejavnosti nastanitvenega obrata. Ti po standardni klasifikaciji dejavnosti zajemajo hotele in druge podobne nastanitvene obrate, počitniške domove in letovišča, turistične kmetije s sobami, oddajanje zasebnih sob gostom, planinske domove in mladinska prenočišča, avtokampe ter druge nastanitve za krajši čas. Z unovčitvijo bona ponudnik storitve oziroma upravičenec od FURS prejme sredstva v višini unovčenega bona, ki ga upravičenci lahko unovčijo v celoti ali delno. Način unovčitve bona, povračilo sredstev ter način vodenja in upravljanja evidence bonov potekajo preko informacijskega sistema FURS (ZIUOPE, 2020, 35. člen).

Prvo poročilo FURS (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020e) vsebuje nekaj zanimivih osnovnih podatkov o turističnih bonih, in sicer: skupno število upravičencev do bona znaša 2.047.261; skupna vrednost bonov je 356.858.450 evrov; število nastanitvenih obratov, ki so vključeni v sistem financiranja s turističnimi boni, znaša 9.005 ponudnikov turističnih storitev.

TURISTIČNI BONI KOT PROGRAM SOCIALNEGA TURIZMA

Turistični boni so kot javnofinančni mehanizem v svoji zasnovi izrazito družbenoinkluzivni mehanizem, ki je v turistično potrošnjo vključil vse rezidente Slovenije, kar je pomembna značilnost t. i. inkluzivnega modela socialnega turizma. Turistične bone torej lahko razumemo kot program inkluzivnega socialnega turizma, katerega cilj je spodbuditi in v turistično potrošnjo vključiti kar najširši del družbe (Minnaert idr., 2013b). Druga pomembna značilnost programov socialnega turizma oziroma kriterij,

glede na katerega lahko programe socialnega turizma ločimo od komercialnih turističnih programov, pa so javnofinančna sredstva, s katerimi se tovrstni programi financirajo. Tudi glede na ta kriterij lahko turistične bone uvrstimo med programe socialnega turizma, saj brez (vsaj delno) zagotovljenih javnofinančnih sredstev program turističnih bonov ne bi mogel obstajati (Diekmann in McCabe, 2013; Minnaert idr., 2013b). Turistične bone torej lahko razumemo kot ukrep socialno-ekonomske politike države, ki je spodbudil in omogočil vključevanje v turizem kar najširšemu delu družbe, vključno z ranljivimi skupinami, katerih dostop do počitnic je pogosto povezan s pomanjkanjem razpoložljivih finančnih sredstev, zato da bi s povečano turistično potrošnjo pomagal okrevati in vsaj delno odpraviti poslovno škodo, ki so jo utrpeli turistični ponudniki, katerih poslovanje je bilo v času zdravstvene krize povsem ustavljeno. Zato turistične bone lahko razumemo tudi kot primer dobre prakse stimulativnega modela socialnega turizma (Minnaert idr., 2013b), katerega osnovni cilj je stimulirati potrošnjo v času močno zmanjšanega turističnega povpraševanja. Tovrstni finančni mehanizem zagotavljanja javnofinančnih sredstev, iz katerih se neposredno (so)financira individualno turistično potrošnjo, ter stimuliranje domačega turističnega povpraševanja in potrošnje pa sta v okviru raziskovanja socialnega turizma prepoznana kot dve osrednji značilnosti programov socialnega turizma (Diekmann in McCabe, 2013; 2021; McCabe idr., 2012). Ne glede na to, ali program turističnih bonov razumemo v okviru inkluzivnih ali stimulativnih pobud socialnega turizma, pa je že zaradi višine vloženih javnofinančnih sredstev in socialno-ekonomskih koristi, ki jih prinaša vključenim ponudnikom turističnih storitev in tudi upravičencem turističnega bona, gotovo vreden naše raziskovalne pozornosti.

TURISTIČNI BONI IN SOCIALNA TRAJNOST

Finančni mehanizem turističnih bonov z vidika turističnega povpraševanja enakopravno vključuje vse rezidente Slovenije, pri čemer se vrednost bona oziroma finančni vložek, namenjen turistični potrošnji, razlikuje glede na starost upravičencev in leto vpeljave turističnega bona. Z obema interventnima zakonoma sta bila vsaj s finančnega vidika slovenskim rezidentom omogočena kar najširša turistična inkluzija in dostop do počitnic. Finančni mehanizem turističnih bonov (ZIUOPE, 2020; ZIUPGT, 2021) je torej skladen s trajnostnim načelom pravičnosti, ki promovira priložnosti za dostop in uporabo virov za vse člane družbe (Baumgartner, 2012). Turistični boni omogočajo turistično participacijo mnogim,

ki si zaradi slabega socialno-ekonomskega položaja počitnic običajno ne morejo privoščiti – to so zlasti pripadniki ranljivih družbenih skupin (nezaposleni, seniorji, otroci in mladi ter osebe s posebnimi potrebami) oziroma t. i. upravičenci do socialnega turizma (Minnaert idr., 2012; Minnaert, 2021). Z vidika povpraševanja je torej sistem turističnih bonov socialnotrajnosten in ga že glede na to, da se umešča med programe socialnega turizma, lahko opredelimo kot program velikega pomena za socialno trajnost turizma.

Finančni mehanizem turističnih bonov torej spodbuja in omogoča dostop do počitnic kar najširšemu delu družbe in tako pomembno povečuje ter promovira družbeno inkluzijo kot enega izmed pomembnih ciljev in prispevkov socialnega turizma k povečanju blagostanja posameznikov ter njihove kakovosti življenja (Dolnicar idr., 2012; Lima in Eusébio, 2021; McCabe idr., 2012; Minnaert idr., 2013a; Smith in Diekmann, 2017). Mehanizem turističnih bonov tako prispeva tudi k zmanjševanju družbene neenakosti in s tem k večji socialni trajnosti v turizmu ter predstavlja pomembno povezavo med socialnim in trajnostnim turizmom (Baumgartner, 2012; Cisneros-Martínez idr., 2018).

Ne glede na izrazito inkluzivno naravo turističnih bonov pa so njihove prakse unovčevanja pokazale, da določene skupine upravičencev bona niso unovčile; skupina seniorjev je iz različnih (neraziskanih) razlogov turistične bone prenesla na druge upravičence (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020e). Iz poročila Finančne uprave Republike Slovenije (2020e) lahko razberemo, da je velika večina seniorjev oziroma kar 8.800 upravičencev (od skupno 9.441), starih v povprečju 63,5 leta, svoj bon že v prvem mesecu unovčevanja turističnih bonov podarilo svojim sorodnikom (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020e). Iz tega lahko sklepamo, da samo finančna pomoč temu segmentu upravičencev do turističnega bona v obliki turističnih bonov ni zadostna in bi bilo treba za njihovo aktivno vključitev v turizem oziroma unovčenje bona raziskati in odpraviti tudi druge (nefinančne) dejavnike ovir, ki očitno pomembno zavirajo aktivno vključevanje seniorjev v turizem (Gabruč in Medarić, 2021; Kazeminia idr., 2015).

TURISTIČNI BONI TER EKONOMSKA IN OKOLJSKA TRAJNOST

Za finančni mehanizem turističnih bonov (ZIUOPE, 2020; ZIUPGT, 2021) lahko ugotovimo, da je utemeljen na načelu »turizem za vse« – upravičenci smo namreč vsi slovenski državljani s stalnim prebivališčem v Sloveniji. Z vidika povpraševanja oziroma socialno-ekonomskih koristi

upravičencev je mehanizem turističnih bonov pravičen do celotne populacije rezidentov Slovenije in tako skladen s trajnostnim načelom pravičnosti; vsi, vključeni v sistem, pridobijo dodatna finančna sredstva, namenjena turistični potrošnji, s čimer se pomembno povečujeta njihovo blagostanje in kakovost življenja (Diekmann in McCabe, 2013; Smith in Diekmann, 2017).

Z vidika ponudbe pa program turističnih bonov lahko razumemo znotraj stimulativnega modela socialnega turizma, ki predstavlja enega izmed štirih veljavnih modelov evropskega socialnega turizma (Minnaert idr., 2013b). Za programe socialnega turizma v okviru stimulativnega modela je značilno, da se osredotočajo na gostitelje oziroma na stimulacijo turistične potrošnje, ki naj bi gostujočim destinacijam, zlasti v času upada turističnega povpraševanja (npr. v izvensezonskem obdobju ali obdobju gospodarske krize), prinesla želene ekonomske koristi in s tem tudi prispevala k večji ekonomski trajnosti v turizmu (Minnaert idr., 2013a).

Turistični boni, izdani leta 2020 (ZIUOPE, 2020), pa v kontekstu zagotavljanja večje ekonomske trajnosti in trajnostnega načela pravičnosti (Baumgartner, 2012) k izboljšanju gospodarskega položaja vseh gostinsko-turističnih ponudnikov niso prispevali v enaki meri; ukrepi omenjenega interventnega zakona so namreč zajeli le nastanitvene obrate – hotele, počitniške domove in letovišča, turistične sobodajalce, turistične kmetije, planinske domove, mladinska prenočišča in avtokampe –, njihovo unovčevanje pa je bilo možno samo za plačilo nastanitve ali nastanitve z zajtrkom. Ostali ponudniki turističnih storitev so bili iz mehanizma izključeni, kar je bila tudi največja kritika tega interventnega zakona. V okviru mnenja *Za bolj trajnostni turizem za mesta in regije EU*, ki ga je pripravil Evropski odbor regij (b.l.), je namreč izpostavljeno, da je tudi številnim drugim sektorjem »turističnega ekosistema«, ki zajemajo stanovanja, promet, gostinstvo, kulturo, šport in prosti čas ter storitve organizatorjev potovanj, prav tako potrebno pomagati pri okrevanju od posledic zadnje zdravstvene krize. Omenjeno pomanjkljivost turističnih bonov 2020 so deloma popravili turistični boni 2021, kjer se je obseg vključenih ponudnikov storitev, pri katerih se lahko unovči turistične bone, razširil na ponudnike gostinskih, turističnih, športnih in kulturnih storitev (ZIUPTG, 2021). Z vidika turističnih ponudnikov je torej BON21 inkluzivnejši in pravičnejši ter kot tak pomembneje prispeva k večji socialno-ekonomski trajnosti v turizmu.

Namen obeh interventnih zakonov (ZIUOPE, 2020, 35. člen; ZIUPTG, 2021) je bil torej z ukrepom turističnih bonov pomagati turistič-

nemu gospodarstvu pri lažjemu in hitrejšemu okrevanju po posledicah zdravstvene krize oziroma izboljšanju gospodarskega položaja na področju potrošnje turizma. Kot že omenjeno, so bili v letu 2020 v sistem turističnih bonov vključeni samo ponudniki nastanitvenih storitev, kar pomeni, da so pozitivni ekonomski učinki povečane domače turistične potrošnje blagodejno vplivali le na ta segment turističnih ponudnikov. V tem pogledu je interventni zakon iz leta 2021 pravičnejši, saj v sistem turističnih bonov vključuje širšo skupino ponudnikov storitev (ZIUPGT, 2021); upravičenci so v dobrem mesecu dni največji delež turističnih bonov unovčili pri ponudnikih nastanitvenih obratov (45 %), temu sledijo gostinski obrati (35 %), kultura (15 %) in šport (6 %), pri čemer je bilo od 15 odstotkov bonov, porabljenih v kulturi, več kot tri četrtine namenjenih za nakup učbenikov in delovnih zvezkov (Stegnar, 2021).

Prve informacije in statistični podatki o turističnih bonih 2020 so v prvem mesecu unovčevanja (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020f) pokazali tudi relativno neenakomerno prostorsko porazdelitev turistične potrošnje. Unovčevanje turističnih bonov (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020f) se je že v prvem mesecu pomembno koncentriralo v obalnih občinah – Piranu, Izoli, Kopru in Ankaranu –, vrednost tam unovčenih bonov pa je bila najvišja v celotni Sloveniji in v primeru občine Piran že preseгла milijon evrov. Občina Izola se po vrednosti unovčenih bonov uvršča na drugo mesto, z vrednostjo od 600.000 do 1.000.000 evrov, pri čemer velja izpostaviti, da le še tri občine na celotnem območju Slovenije dosegajo omenjeno vrednost unovčenih bonov, in sicer so to občina Kranjska gora, Podčetrtek in Moravske toplice. Na tretje mesto pa se uvrščajo občine z vrednostjo unovčenih bonov do 350.000 do 600.000 evrov, med katerimi sta ponovno kar dve obalni občini, ter samo štiri druge občine iz ostale Slovenije. Podoben trend prostorsko neenakomerne turistične potrošnje je zaslediti tudi v naslednjem obdobju unovčevanja turističnih bonov (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020b; 2020č). Z vidika (ne)vključenih ponudnikov v sistem turističnih bonov in njihovih (ne)pridobljenih ekonomskih koristi iz naslova (ne)unovčenih bonov je omenjeno dejstvo relativno neugodno: po podatkih FURS je ekonomske koristi od unovčevanja bonov po prvem mesecu (oziroma od 19. do 30. junija 2020) imelo le 23 % vseh (aktivnih) nastanitvenih obratov (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020c). Omenjeno dejstvo kaže na relativno omejen pozitiven ekonomski vpliv mehanizma turističnih bonov na povečevanje ekonomske trajnosti slovenskega turizma kot celote, saj je turistična potrošnja prostorsko koncentrirana in omejena na

uveljavljene turistične destinacije oziroma občine, kot so, denimo, Piran, Kranjska Gora, Bohinj, Izola, Brežice, Moravske toplice, Podčetrtek, Bled, Koper in Ankaran. Ostali ponudniki namestitvenih storitev na manj uveljavljenih turističnih destinacijah iz naslova turističnih bonov tako črpajo bistveno manj ekonomskih koristi (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020d). Pričakovano pa se trend vključenih ponudnikov, ki so iz naslova koriščenja turističnih bonov pridobili ekonomske koristi, s časom povečuje in, denimo, v sredini julija 2020 znaša 31 % (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020a), ob koncu istega meseca pa s tretjim nakazilom ponudnikom skupna vrednost unovčenih bonov znaša že 19,5 milijona evrov, pri čemer se trend prostorsko neenakomerne potrošnje, tako glede na občine kot tudi regije, nadaljuje (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020d). Pri unovčevanju turističnih bonov tako glede na regijo vodi obalno-kraška s skoraj 21 milijoni vrednosti unovčenih bonov, sledijo ji gorenjska regija z 12,4 milijona, savinjska regija z 9,5 milijona in na četrtem mestu pomurska regija s 6,3 milijona vrednosti unovčenih bonov (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020d), kar ima pomemben pozitiven vpliv na izboljšanje gospodarske dejavnosti na omenjenih destinacijah.

Nedvomno pa so imeli turistični boni pozitiven vpliv na višjo stopnjo zasedenosti namestitvenih kapacitet praktično na vseh destinacijah oziroma v vseh občinah. Po stopnji zasedenosti prednjačijo hotelske kapacitete, ki jim sledijo apartmaji in apartmajska naselja ter kampi (Finančna uprava Republike Slovenije, 2020d). S tem je bilo preprečeno zapiranje turističnih obratov, kar je pomembno prispevalo k ohranjanju delovnih mest in gospodarske aktivnosti na destinacijah, kar je skladno tudi z ugotovitvami raziskave, ki so jo Cisneros-Martínez idr. (2018) opravili na primeru španskega programa *IMSEerso* oziroma njegovega prispevka k ekonomski trajnosti turizma.

V povezavi z okoljsko trajnostjo pa sta visoka koncentracija obiskovalcev na zelo omejenem številu destinacij (občin) ter turistična potrošnja, skoncentrirana pretežno na čas poletne sezone, neugodno vplivali na nosilno zmogljivost obiskanih destinacij oziroma na njihovo prostorsko trajnost. Prostorsko in časovno visoko koncentrirana turistična potrošnja namreč ni najskladnejša z okoljskim vidikom trajnosti, saj destinacijam prinaša številne negativne okoljske vplive v smislu poslabšanja kakovosti bivanjskega okolja, zelo podobne tistim, ki jih destinacijam prinašajo visoka sezonska nihanja v turističnem povpraševanju (Cisneros-Martínez idr., 2018).

Zaključek

Turistični boni v slovenskem prostoru predstavljajo nov mehanizem financiranja turistične potrošnje, ki je turističnemu gospodarstvu pomagal pri hitrejšem okrevanju po posledicah zdravstvene krize zaradi covid-19. Ključne ugotovitve prispevka so, da mehanizem turističnih bonov lahko umestimo v presečišče programov inkluzivnega in stimulativnega modela socialnega turizma, ki prinaša številne blagodejne učinke, tako na področju socialne kot tudi ekonomske trajnosti, nekoliko manj ugoden pa je njegov vpliv na okoljsko trajnost v turizmu.

Program turističnih bonov je z vidika potrošnje in vključenih upravičencev visoko inkluziven, saj je k turistični potrošnji pritegnil nekaj manj kot dve tretjini vseh rezidentov Republike Slovenije in ga zato lahko umestimo med pobude t. i. inkluzivnega modela socialnega turizma (Minnaert idr., 2013b). Največ težav pri turistični potrošnji imajo seniorji, ki so svoj bon v velikem deležu prenesli na sorodnike. S tega vidika bi bilo potrebno raziskati, kakšni so razlogi oziroma ovire, zaradi katerih seniorji in tudi druge skupine upravičencev bona niso unovčili. Z vidika ponudbe pa je finančni mehanizem turističnih bonov že v izhodišču nekoliko manj inkluziven; turistični boni, izdani v letu 2020, so zajeli le ponudnike nastanitvenih storitev, medtem ko so turistični boni 2021 v tem pogledu bistveno bolj trajnostni, saj v sistem financiranja vključijo ponudnike gostinskih, turističnih, športnih in kulturnih storitev. Za turistične bone bi torej lahko rekli, da nedvomno prispevajo k večji socialni trajnosti, saj s turistično inkluzijo pomembno izboljšujejo kakovost življenja v turizmu vključenih posameznikov ter na ta način prispevajo k zmanjševanju družbene neenakosti oziroma povečevanju splošne družbene blaginje.

Pomemben prispevek turističnih bonov je viden tudi na področju povečevanja ekonomske trajnosti v turizmu, saj so boni dosegli svoj namen in številnim destinacijam ter turističnim ponudnikom omogočil ohranitev poslovanja in posledično tudi delovnih mest v turizmu – v tem kontekstu lahko turistične bone umestimo med pobude stimulativnega modela socialnega turizma (Minnaert idr., 2013b). Manjša kritika programa je usmerjena le na področje okoljske trajnosti, ki je z relativno visoko časovno in prostorsko koncentracijo turističnega povpraševanja nekoliko problematična.

Turistični boni kot primer socialnega turizma imajo torej s trajnostjo veliko skupnih točk. Razumemo jih lahko v kontekstu zelo raznolikih politik in modelov socialnega turizma, ki se pojavljajo zlasti v evrop-

skem prostoru, v omejenem obsegu pa tudi v ameriškem, in se oblikujejo predvsem z namenom, da bi turizem postal socialno trajnostnejši oziroma inkluzivnejši za skupine, ki so zaradi revščine ali zdravstvenih in drugih okoliščin iz njega običajno izključene (Diekmann and McCabe, 2021; Lima in Eusébio, 2021; McCabe idr., 2012; Minnaert, 2020; Minnaert idr., 2013a). Na drugi strani pa obstaja vse več dokazov o njegovih pozitivnih vplivih na ekonomsko trajnost (Cisneros-Martínez idr., 2018; McCabe, 2018). V tem kontekstu je v zadnjem času opaziti pomemben trend oziroma zasuk pozornosti oblikovalcev politik socialnega turizma, ki je vse pogostejše usmerjena v zagotavljanje socialno-ekonomskih koristi za lokalno prebivalstvo oziroma gostujoče destinacijske skupnosti (in ne prvenstveno za upravičence socialnega turizma) – dober primer tega so tudi slovenski turistični boni –, pri čemer lokalno prebivalstvo nastopa v vlogi potrošnika ali ponudnika storitev socialnega turizma (Diekmann idr., 2018). Za nemoteno delovanje tovrstnih programov socialnega turizma, kar velja tudi za konkreten program turističnih bonov, pa je seveda nujno zagotoviti potrebna javnofinančna sredstva, iz katerih se praviloma (neposredno) financira domača turistična potrošnja (Diekmann in McCabe, 2013; 2021).

Zaradi značilnosti financiranja, širše inkluzije upravičencev v mehanizmu turističnih bonov in številnih socialno-ekonomskih koristi, ki jih program prinaša tako na strani povpraševanja kot na strani ponudbe, turistične bone lahko razumemo kot program socialnega turizma z velikim prispevkom k trajnostnemu turizmu. V tem pogledu bi bilo vredno razmisliti, ali ne bi bilo turističnih bonov smiselno obdržati tudi v prihodnje, pri čemer bi bile potrebne nekatere korekcije tega mehanizma, zlasti v smislu odpravljanja nefinančnih ovir, ki nastajajo v zvezi s turistično participacijo, ter v smislu večje prostorske in časovne razpršenosti povpraševanja; mehanizem turističnih bonov bi bilo smiselno vezati na izvensezonsko obdobje ter natančneje definirati turistične proizvode in načine (so)financiranja, ki naj vključujejo tudi lastna finančna sredstva upravičencev. Ne glede na omenjeno pa lahko turistične bone izpostavimo kot dober primer socialnega in trajnostnega turizma, ki ga lahko postavimo ob bok uspešnim evropskim primerom dobrih praks socialnega turizma, kot sta španski program *IMERSO* in program francoskih turističnih vavčerjev. Mehanizem, ki stoji za turističnimi boni, je v slovenski turistični praksi velika posebnost, saj je prvič v zgodovini samostojne Slovenije odprl možnost za turistično udejstvovanje vseh rezidentov Slovenije ter jih v visokem deležu spodbudil k vključitvi v turistično

potrošnjo. V tem pogledu turistični boni nedvomno predstavljajo primer dobre prakse, vreden pozornosti turističnih akademikov in praktikov.

Socialni turizem ima torej pri zagotavljanju večje trajnosti v turizmu pomembno vlogo in v okviru ustrezne politike lahko pomembno prispeva k trajnostnemu razvoju turizma. Njegova vloga je zlasti opazna v času zmanjšanega turističnega povpraševanja, ki lahko nastaja kot posledica sezonskih nihanj ali, denimo, gospodarske ali zdravstvene krize. Slednja je Sloveniji prinesla turistične bone, ki smo jih državljani in tudi turistično-gostinski ponudniki dobro sprejeli in ki bi jih bilo, zaradi številnih socialno-ekonomskih koristi, ki jih prinašajo vključenim deležnikom, verjetno smiselno obdržati tudi v prihodnje.

Literatura

- Alén, E., Domínguez, T., in Losada, N. (2012). New opportunities for the tourism market: Senior tourism and accessible tourism. V M. Kasimoglu (ur.), *Visions for global tourism industry: Creating and sustaining competitive strategies* (str. 139–166). InTech.
- Baum, T. (2006). *Human resource management for tourism hospitality and leisure*. Thomson Learning.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28(6), 1383–1399.
- Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change? – A 2015 reprise. *Tourism Management*, 50, 204–212.
- Baum, T., Mooney, S. K., Robinson, R. N., in Solnet, D. (2020). COVID-19's impact on the hospitality workforce-new crisis or amplification of the norm? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0314>
- Baumgartner, C. (2012). Social tourism and sustainability V S. McCabe, L. Minnaert in A. Diekmann (ur.), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice* (str. 166–177). Channel View Publications.
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., Kastenholz, E., in Alvelos, H. (2021). Benefits of social tourism programmes for seniors: The case of the INATEL Foundation in Portugal. V J. Lima in C. Eusébio (ur.), *Social tourism: Global challenges and approaches* (str. 41–55). CABI.
- Cisneros-Martínez, J. D., McCabe, S., in Fernández-Morales, A. (2018). The contribution of social tourism to sustainable tourism: A case study of seasonally adjusted programmes in Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 85–107.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), 816–826.
- Darcy, S., in Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32–44.
- Darcy, S., Cameron, B., in Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustaina-

- bility: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515–537.
- Diekmann, A., in McCabe, S. (2013). Systems of social tourism in the European Union: A critical review. V L. Minnaert, R. Maitland in G. Miller (ur.), *Social tourism: Perspectives and potential* (str. 19–32). Routledge
- Diekmann, A., in McCabe, S. (2021). Social tourism policies: Critical reflections. V J. Lima, in C. Eusébio (ur.), *Social tourism: Global challenges and approaches* (str. 169–178). CABI.
- Diekmann, A., McCabe, S., in Ferreira, C. C. (2018). Social tourism: Research advances, but stasis in policy. Bridging the divide. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(3), 181–188.
- Diekmann, A., Vincent, M., in Bauthier, I. (2020). The holiday practices of seniors and their implications for social tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 103096. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103096>
- Dolnicar, S., Yanamandram, V., in Cliff, K. (2012). The contribution of vacations to quality of life. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 59–83.
- DG Enterprise. (2010). *Calypso study: Compendium of good practices*.
- European Commission, DG Enterprise and Industry. (2010). *Calypso study: Final report*.
- Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E. in Alvelos, H. (2017). Social tourism programmes for the senior market: A benefit segmentation analysis. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(1), 59–79.
- Evropski odbor regij. (B.1.). *Mnenje: za bolj trajnostni turizem za mesta in regije EU* (NAT-VII/003).
- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020a, 30. julij). *FURS danes drugič nakazal vrednost unovčenih bonov ponudnikom*. <https://www.gov.si/novice/2020-07-30-furs-danes-drugic-nakazal-vrednost-unovcenih-bonov-ponudnikom/>
- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020b, 13. avgust). *FURS danes ponudnikom nakazuje vrednost unovčenih bonov*. <https://www.gov.si/novice/2020-08-13-furs-danes-ponudnikom-nakazuje-vrednost-unovcenih-bonov/>
- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020c, 10. julij). *FURS danes prvič nakazal vrednost unovčenih bonov ponudnikom*. <https://www.gov.si/novice/2020-07-10-furs-danes-prvic-nakazal-vrednost-unovcenih-bonov-ponudnikom/>
- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020č, 6. oktober). *Podatki o unovčevanju turističnih bonov na dan 1. 10. 2020*. <https://www.gov.si/novice/2020-10-06-podatki-o-unovcevanju-turisticnih-bonov-na-dan-1-10-2020/>
- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020d, 25. avgust). *Podatki o unovčevanju turističnih bonov na dan 23. 8. 2020*. <https://www.gov.si/novice/2020-08-25-podatki-o-unovcevanju-turisticnih-bonov-na-dan-23-8-2020/>
- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020e, 20. julij). *Podrobnejši statistični podatki in stanje na področju turističnih bonov na dan 15. 7. 2020*. <https://www.gov.si/novice/2020-07-20-podatki-o-unovcevanju-turisticnih-bonov/>

- Finančna uprava Republike Slovenije. (2020f, 20. julij). *Predstavitev podatkov o unovčevanju bonov*. <https://www.gov.si/novice/2020-07-20-podatki-o-unovcevanju-turisticnih-bonov/>
- Gabruč, J., in Medarić, Z. (2021). Social tourism programmes for seniors: the case study of Slovenia. V J. Lima in C. Eusébio (ur.), *Social tourism: Global challenges and approaches* (str. 56–71). CABI.
- González, E. A., Domínguez Vila, T., in Sánchez, N. L. (2021). Social tourism for seniors in Spain: An example to be followed? V J. Lima in C. Eusébio (ur.), *Social tourism: Global challenges and approaches* (str. 72–82). CABI.
- Kazemina, A., Del Chiappa, G., in Jafari, J. (2015). Seniors' travel constraints and their coping strategies. *Journal of Travel Research*, 54(1), 80–93.
- Lima, J., in Eusébio, C. (2021). *Social tourism: Global challenges and approaches*. CABI.
- McCabe, S. (2009). Who needs a holiday? Evaluating social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 667–688.
- McCabe, S. (2018). Social tourism and its contribution to sustainable tourism. *Cuadernos Económicos de Información Comercial Española*, 93, 29–44.
- McCabe, S. (2020). 'Tourism for all?' Considering social tourism: A perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 61–64.
- McCabe, S., in Diekmann, A. (2015). The rights to tourism: Reflections on social tourism and human rights. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 194–204.
- McCabe, S., in Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42–65.
- McCabe, S., Joldersma, T., in Li, C. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 761–773.
- McCabe, S., Minnaert, L., in Diekmann, A. (2012). *Social tourism in Europe: Theory and practice*. Channel View Publications.
- Medarić, Z., Gabruč, J., in Sedmak, M. (2017). Social tourism benefits for seniors. *Academica Turistica – Tourism and Innovation Journal*, 9(2), 113–116.
- Medarić, Z., Sulyok, J., Kardos, S., in Gabruč, J. (2021). Lake Balaton as an accessible tourism destination – The stakeholders' perspectives. *Hungarian Geographical Bulletin*, 70(3), 233–247.
- Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., in Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: The world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 179–188.
- Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2017). *Identifikacija, klasifikacija in potenciali razvoja produktov socialnega turizma v Sloveniji, s področjem na programih za seniorje: končno poročilo*. http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/CRP/POROCILO_SKUPNO__dopolnitev_7112017__1__CRP_TURISTICA.docx
- Minnaert, L. (2020). Stakeholder stories: Exploring social tourism networks. *Annals of Tourism Research*, 83, 102979. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102979>
- Minnaert, L. (2021). What, and who, is social tourism? The roles of the public,

- private and voluntary sector in social tourism provision in Flanders, Belgium. V J. Lima in C. Eusébio (ur.), *Social tourism: Global challenges and approaches* (str. 158–168). CABI.
- Minnaert, L., Diekmann, A., in McCabe, S. (2012). Defining social tourism and its historical context. V S. McCabe, L. Minnaert in A. Diekmann (ur.), *Social tourism in Europe* (str. 18–30). Channel View Publications.
- Minnaert, L., Maitland, R., in Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316–334.
- Minnaert, L., Maitland, R., in Miller, G. (2013a). *Social tourism: Perspectives and potential*. Routledge.
- Minnaert, L., Maitland, R., in Miller, G. (2013b). What is social tourism? V L. Minnaert, R. Maitland in G. Miller, G. (ur.), *Social tourism: Perspectives and potential* (str. 5–17). Routledge.
- Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o socialnem turizmu v Evropi. (2006). *Uradni list Evropske Unije*, (C 318), 67–77.
- Robinson, R. N., Martins, A., Solnet, D., in Baum, T. (2019). Sustaining precariousness: Critically examining tourism and employment. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1008–1025.
- Sedgley, D., Pritchard, A., in Morgan, N. (2012). 'Tourism poverty' in affluent societies: Voices from inner-city London. *Tourism Management*, 43, 212–245.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1–19.
- Smith, M. K., in Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66(C), 1–13.
- Stegnar, N. (2021, 27. avgust). V dobrem mesecu unovčenih 22 odstotkov bonov21, lanskih neunovčenih še 37 odstotkov. 24 ur.com. <https://www.24ur.com/novice/korona/v-dobrem-mesecu-unovcenih-22-odstotkov-bonov21-lanskih-se-47-odstotkov-neunovcenih.html>
- Vila, T. D., Darcy, S., in González, E. A. (2015). Competing for the disability tourism market – A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management*, 47, 261–272.
- Zakon o interventnih ukrepih za omilitev in odpravo posledic epidemije COVID-19 (ZIUOOPE). (2020). *Uradni list Republike Slovenije*, (80). <https://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2020-01-1195>
- Zakon o interventnih ukrepih za pomoč gospodarstvu in turizmu pri omiljitvi posledic pandemije COVID-19 (ZIUPGT). (2021). *Uradni list Republike Slovenije*, (112). <https://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2021-01-2454>
- Župančič, K. K., in Puljić, M. (2017). Turizam u Jugoslaviji 1970-ih. *Rostra: časopis studenata povijesti Sveučilišta u Zadru*, 8(8), 233–246.