

I FEEL SLOVENIA

Turistična zveza Slovenije
in Turizem svetje življenja

dst²⁴
DNEVNI SLOVENIJSKI TURIZMA

**Celostno razumevanje gostoljubnosti:
Ustvarjanje dodane vrednosti storitev v
turizmu in širše**

Tilen Nipič (mag. študent, UP FTŠ Turistica)

Laško, 18. november 2024

Moja dežela

I FEEL LOVE Slovenia

dst²⁴
DNEVNI SLOVENIJSKI TURIZMA

Koncept gostoljubnosti

- ❖ Danes pomemben element kakovosti in dodane vrednosti (turističnih) storitev (presega področje turizma)
- ❖ »dajanje hrane, prenčičica komu iz prijaznosti, naklonjenosti« (Fran SSKJ, 2024) - preozka predelitev (ne le eksisterče potrebe, stran gostitelja)
- ❖ Čustvena izkustva edinstvenih izmenjav in **odnosov**, ki presegajo ekonomsko vrednost izdelkov in storitev (Pechlaner in Volgger, 2017; Walters idr., 2017)
- ❖ Integracija treh elementov: **gostitelj**, **gost** in **prostor-čas** (kdo, kako in kje-kdaj) (Munasinghe idr., 2022)
- ❖ **Dvosmeren proces** (tudi gost mora biti pripravljen sprejeti „ponujeno“ – vzajemno spoštovanje)

I FEEL SLOVENIA

Prakticiranje gostoljubnosti

Površinsko razumevanje gostoljubija

- ❖ Topla dobrodošilica, personalizacija, poseben odnos (Anifin & Maghz, 2012)
- ❖ Obveznost
- ❖ Manjše tveganje
- ❖ Pričakovanje nečesa v zameno
- ❖ Iz glave (možganska aktivnost)

Globje razumevanje gostoljubija

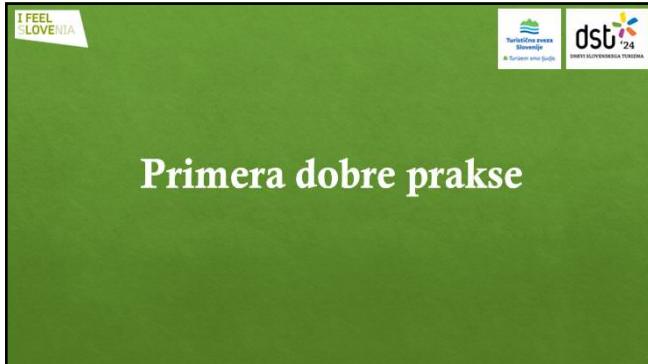
- ❖ Večje tveganje, izpostavitev
- ❖ Sprejetje v dom
- ❖ Motivi na podlagi pozitivnih vrlin
- ❖ Manjša izpostavljenost prčakovanja česa v zameno
- ❖ Iz srca

dst²⁴
DNEVNI SLOVENIJSKI TURIZMA

Zgodovinski oris



- ❖ Gostoljubnost – motivi: varnost, gostitelja, informiranost, določila religije, skrb, tudi finančna idr. koristi
- ❖ Razvoj komercialne gostoljubnosti v 19. stoletju (hotelska industrija)
- ❖ Sočasno njenja standardizacija z razvojem organiziranih potovanj in organiziranega turizma





Pomlajevanje turizma

I FEEL SLOVENIA **Turistična svetovna organizacija** **dst²⁴** **DNEVI SLOVENIJSKEga TURIZMA**

- ❖ Odprtost za medkulturno izmenjavo
- ❖ Medgeneracijsko povezovanje
- ❖ Digitalne večine
- ❖ Drugačen pogled, drugačne vrednote (ozaveščanje)
- ❖ Odgovorni turizem
- ❖ Pripovedovanje zgodb s strani mladih

I FEEL SLOVENIA

Sklep

dst²⁴ **DNEVI SLOVENIJSKEga TURIZMA**

- ❖ Duša storitev (empatija, altruizem, skrb)
- ❖ Pressék pričakovanj
- ❖ Grajenje dolgoročnih (pristnejših) odnosov (vrnitev, ZAUPANJE)
- ❖ Naredi celoten (turistični) produkt, izkušnjo bolj pristne, transformirajočo
- ❖ Več kot le enostaven nasmeh ...

Vir: lasten

I FEEL SLOVENIA **Turistična svetovna organizacija** **dst²⁴** **DNEVI SLOVENIJSKEga TURIZMA**

Hvala!

Moja dežela

Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: Influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 191–198. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.012>

Fran SSKJ. (b.d.). <https://fran.si/>

Munasinghe, S., Hemmington, N., Schänzel, H., & Poulsom, J. (2022). Hospitality beyond the commercial domain: A triadic conceptualisation of hospitality in tourism from a host-guest encounter perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103316. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103316>

Pechlaner, H., & Volgger, M. (2017). Einleitung: Die Gesellschaft auf Reisen – Eine Reise in die Gesellschaft. V. H. Pechlaner & M. Volgger (Urf.), *Die Gesellschaft auf Reisen – Eine Reise in die Gesellschaft* (str. 1–7). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-14114-1_1

Walters, G., Huck, L., Robinson, R. N. S., & Stettler, J. (2021). Commercial hospitality in tourism: A global comparison of what culturally matters. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102939. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102939>