



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 1. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. Polni naslov projekta: Promocija lepot Slovenije na kitajsko govorečem območju z inovativnimi vsebinami (PLSKGOIV)

- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovano (neustrezno področje izbrišite):**

3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede

2. V sodelovanju z:

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, CEATM d.o.o., Condor Travel d.o.o.

3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Cilj projekta je bil izvesti raziskovalno promocijsko kampanjo z orodji, ki so plod lastnega znanja in objaviti izsledke. Šlo je za nadgradnjo projekta, iz lanskega PKP, temelji na interaktivnih promocijskih vsebinah in merjenju mnenj turistov preko socialnih omrežij. Ta del se je izvedel neposredno na kitajskem in med kitajci živeči v Sloveniji. Med kitajskimi turisti v Sloveniji pa se je izvedlo terensko anketo.

Problem pri trženju storitev so namreč nedodelana prodajna orodja prilagojena specifični populaciji. Zato so potrebne stalne podrobne tržne raziskave. Na podlagi izdelane segmentacije se bo lahko izvajalo promocijsko raziskovalne kampanje po socialnih omrežjih. Zbrane podatke so metodologi sprti obdelovali in kampanje sinologi nadgrajevali. Tako zbrani podatki ter na njih izdelane analize bodo zelo koristne za mnoge poslovne subjekte na področju turizma v Sloveniji, ki delujejo s kitajsko govorečimi turisti. Hkrati bodo odgovorili na dve od treh ključnih usmeritev »Strategije pametne specializacije« in "Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 17–21". Slovenija postaja vedno bolj fly in destinacija, prepoznavna za večino svetovnih tržišč. Tudi za kitajsko govoreče (poleg Kitajske in Taiwana biva po svetu še več kot 50 mio). Ta trg obeta za Slovenijo vsaj 10% turističnih prihodkov. Menimo, da smo opravičili zaupanje

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Po tem ko smo študente seznanili s samim projektom so se formirale tri skupine.

Metodologi družboslovne informatike so zbirali vse potrebne podatke. Pripravili so potrebne analize. Iz zbranih in obdelanih statističnih podatkov je bil pripravljen prispevek za revijo Balkan Traveller. Ostali članki bodo pripravljeni naknadno po zaključku projekta. Predsvsem se bomo fokusirali za povezave varnosti in terorizma in potovanj, tako turistov nasploh, kot tudi kitajskih turistov. Za revijo Balkan Traveller je se pripravilo prelom, pridobilo ISBN številko in 10 člankov, ki bodo objavljeni po zaključku projekta.

Sinologi so izvedli tri raziskave: med kitajskimi turisti po Sloveniji, ki je zajela 230 turistov. E raziskava med Kitajci živeči v Sloveniji, ki je zajela 61 kitajcev. Ter e raziskava med študenti na Kitajskem, ki je vključila 202 kitajca. Vsi podatki so vneseni v SPSS in pripravljeni za obdelavo ter pisanje poročil in člankov.

Študenti multimedije so zbrali slikovno gradivo 15 slovenskih krajev ter pripravili 2 video posnetka.

Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Slovensko turistično gospodarstvo bo dobilo relevantno (up to date) ciljno raziskavo (izdelana je na podlagi predhodnih izkušenj) o pričakovanih kitajskih turistov. Strategija Slovenije je v povezovanju, internacionalizaciji in razvoju turizma. Ugotovitve raziskav bodo objavljene v relevantnih časopisih oz. knjigi in tako dostopne vsem, ki jih ti podatki zanimajo. Na splošno zbrani podatki ter na njih izdelane analize bodo zelo koristni za mnoge poslovne subjekte na področju turizma v Sloveniji, kot tudi na Kitajskem. Hkrati bodo odgovorili na nekatere od ključnih usmeritev »Strategije pametne specializacije« in "Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021": povečanju deleža izvoza storitev in dvigu celotne podjetniške aktivnosti ter povečanje deleža premožnejših gostov (bivajo dlje v Sloveniji in trošijo več).

Vključeni študenti bodo prenesli izkušnje med svoje študijske kolege. Pridobljene izkušnje jim bodo omogočale, da bodo lahko prišli do novih povezav in poslov. Z večjo prepoznavnostjo Slovenije se bo namreč povečeval tudi interes za vlaganja in obiske kitajsko govorečih investitorjev in turistov v Sloveniji. Tako bo tudi več možnosti za zaposlitve sinologov in in specializacijo študentov (npr. posebnega študija kitajskega jezika, ki bi bil bolj fokusiran v eno dejavnost - npr. turizen, v Sloveniji še ni), ki so sedaj omejene.