



MARKETINŠKA STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA NA OBMOČJU TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA

(posodobitev)

Marketinška strategija razvoja turizma na območju turistične destinacije Rogla je nastala konec leta 2005. Z razvojem globalnega posla in na osnovi sprememb, ki so nastale na tem področju v Sloveniji in na področju destinacije ter zaradi novih dejstev in potreb dejavnosti, je nastala ta posodobitev.

Izhodišča posodobitve so:

1. Temeljne usmeritve iz strategije so še vedno aktualne
2. Nekateri podatki so sicer že zastareli, kazalniki in trendi so še vedno aktualni
3. Potrebna je nova inventarizacija turistične ponudbe (priloga 13), kar bo izvedeno v okviru managementa RDO
4. Poudarki v posodobitvi so:
 - več poudarka trženju destinacije
 - investicije v »mehki« del turističnega posla
 - organizacija izrabe obstoječih virov
 - ohranjanje nivoja kapacitet in izboljšanje nivoja vsebin in programov
 - direktni marketing in e-marketing
 - novi trgi
 - specializacija ponudbe na osnovi segmentacije trga
 - mednarodno sodelovanje
 - pridobivanje finančnih virov na osnovi projektov
 - trajnostni razvoj

Janez Pušnik
v.d. direktorja

Zreče, december 2008

GLAVNA PODROČJA UKREPOV IN AKTIVNOSTI TURISTIČNE STRATEGIJE TD ROGLA ZA OBDOBJE 2008 – 2012

Glavna področja strateških ukrepov in aktivnosti turistične strategije Turistične destinacije Rogla za obdobje 2008 – 2012 izhajajo iz dokumenta Marketinška strategija razvoja turizma na območju Turistične destinacije Rogla, ki jo je izdelalo podjetje Polikons in je bila sprejeta v letu 2005. Eden od osnovnih dokumentov, na katerem temelji posodobitev strategije TD Rogla je tudi Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011.

- 1. Strategija razvoja RDO,**
- 2. Strategija razvoja človeških virov,**
- 3. Strategija trženja in promocije,**
- 4. Strategija trajnostnega prostorskega razvoja.**
- 5. Strategija zagotavljanja kakovosti,**
- 6. Strategija razvoja informacijske podpore,**
- 7. Strategija razvoja poslovnega okolja in investicij,**
- 8. Strategija razvoja mednarodnega sodelovanja**

1. STRATEGIJA RAZVOJA RDO

Cilj: Sooblikovanje regionalne turistične destinacije in njenega managementa

Management regionalne turistične destinacije je vsestranski strateški pristop za doseganje konkurenčnosti turistične destinacije na globalnem trgu, na katerem glavno vlogo predstavljajo turisti s svojim povpraševanjem po integralnih turističnih produktih turistične destinacije. Če naj bo destinacija turistično tržno usmerjena in vodena, se mora destinacija organizacijsko ustrezno oblikovati. Strateški cilj TD Rogla je sooblikovati RDO v celjski statistični regiji.

Ukrepi :

1. ukrep: Sooblikovanje modela RDO
2. ukrep: Usposabljanje za področje managementa turističnih destinacij

1. ukrep: Sooblikovanje modela RDO

- razvoj razvojne destinacijske organizacije na ravni celjske statistične regije po načelu javno zasebnega partnerstva, upoštevajoč tudi partnerstvo civilnega sektorja in interesnega združevanja,
- razvoj grozdov tematskih turističnih proizvodov na regionalni ravni

Aktivnosti:

- sodelovanje v razpisu MGD
- sodelovanje v projektu European Destinations of Excellence (EDEN);
- sodelovanje na usposabljanje za upravljavce destinacij;
- promocija RDO med potencialnimi partnerji in v splošni javnosti;

2. ukrep: Usposabljanje za področje managementa RDO

Aktivnosti:

- sodelovanje na programih funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja s področja managementa turističnih destinacij,
- izvajanje promocije managementa turističnih destinacij v strokovni turistični javnosti in med lokalnim prebivalstvom.

2. STRATEGIJA RAZVOJA ČLOVEŠKIH VIROV

Razvoj človeških virov in povečanje kakovosti intelektualnega kapitala sta ključna faktorja izboljšanja konkurenčne sposobnosti slovenskega turizma.

Med glavne slabosti na področju razvoja človeških virov v turizmu danes štejemo: visoko fluktuacijo zaposlenih, slabo podobo turistične industrije kot delodajalca, nekonkurenčne nagrade za delo in slabe delovne pogoje, neprepoznavanje dolgoročnih koristi vlaganj v razvoj človeških virov nasproti kratkoročnim prioritetam, upadanje interesa za delo v turizmu, velik obseg dela na črno in študentskega dela ter pogosto nepoznavanje priložnosti, ki jih ponuja turizem. Na področju razvoja človeških virov v turizmu bomo v prihodnje tesno sodelovali s šolskim sistemom, ki šola kadre za turizem, Zavodom za zaposlovanje, Centrom za poklicno izobraževanje, Javnim skladom za razvoj kadrov in štipendije, Turistično-gostinsko zbornico pri Gospodarski zbornici Slovenije, Obrtno-podjetniško zbornico Slovenije, Sindikatom delavcev gostinstva in turizma, Slovensko turistično organizacijo, Turistično zvezo Slovenije in drugimi ponudniki funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja ter drugimi institucijami, ki so dejavne na področju razvoja človeških virov za potrebe turizma in gostinstva. V sodelovanju z vsemi temi inštitucijami bomo razvijali vsa potrebna funkcionalna znanja v turizmu, še posebej deficitarna znanja, v aktivnosti TD Rogla pa bomo vključevali dijake in študente turizma, jih na ta način usposabljali in seznanjali z regionalno problematiko in potenciali na področju turizma.

Ukrepi:

1. ukrep Zagotavljanje učinkovitega sistema funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja, usklajenega s potrebami v TD Rogla
2. ukrep: Razvoj učinkovitih sistemov praktičnega izobraževanja in usposabljanja
3. ukrep: Spodbujanje uvedbe sodobnih metod upravljanja s človeškimi viri v podjetjih
4. ukrep: Promocija gostinskih in turističnih poklicev
5. ukrep: Povečanje ugleda turizma in njegovih vplivov v lokalnem okolju

1. ukrep: Zagotavljanje učinkovitega sistema funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja, usklajenega s potrebami TD Rogla

Aktivnosti:

- Usklajevanje izobraževalnih programov in programov usposabljanja s potrebami turističnega gospodarstva v TD Rogla;
- Spodbujanje spremljanja zaposljivosti dijakov in študentov posameznih šol;
- Spodbujanje sodelovanja med turističnim gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami;
- Redno obveščanje zainteresiranih ciljnih skupin in objava poročil o ponudbi in povpraševanju po specifičnih znanjih in spretnostih ter kadrovske profilih;

2. ukrep: Razvoj učinkovitih sistemov praktičnega izobraževanja in usposabljanja

Aktivnosti:

- Spodbujanje aktivnega sodelovanja turističnega gospodarstva pri pripravi izobraževalnih programov in izvajanju procesov praktičnega izobraževanja in usposabljanja;
- Oblikovanje koncepta praktičnih izobraževanj za specifične profile v regiji (turistični vodniki, turistični animatorji), potrebnih za management TD IN RDO;

3. ukrep: Spodbujanje uvedbe sodobnih metod upravljanja s človeškimi viri v podjetjih

Za uspešno konkurenčnost na globalnem trgu je pomembno, da se turistična podjetja in drugi gospodarski subjekti zavedajo pomena vlaganj v razvoj človeških virov ter ustreznih delovnih pogojev za zaposlene.

Aktivnosti:

- Spodbujanje razvoja programov usposabljanja človeških virov v podjetjih in v zasebnem sektorju;
- Spodbujanje programov uvajanja sodobnih metod upravljanja z intelektualnim kapitalom v podjetjih in pri zasebnikih;
- Spodbujanje doslednega odkrivanja in odprave zaposlovanja in dela na črno v turizmu in gostinstvu;

4. ukrep: Promocija gostinskih in turističnih poklicev

Aktivnosti:

- Sodelovanje pri izvajanju promocije poklicnega in strokovnega izobraževanja za gostinstvo in turizem;
- Spodbujanje sodelovanja med turističnim gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami na področju promocije zaposlitvenih možnosti in promocije izobraževanja za gostinske in turistične poklice;

5. ukrep: Povečanje ugleda turizma in njegovih vplivov v lokalnem okolju

Skupaj s pristojnimi organi občin, turističnimi podjetji, podjetniki s področja turizma, turističnimi društvi in ostalimi organizacijami civilne družbe bomo spodbujali programe za krepitev turistične podjetniške kulture med mladimi in prebivalstvom ter sodelovali pri kreiranju programov usposabljanja in vzgoje mladih s področja turizma. Spodbujali bomo sodelovanje turističnih podjetij, vodstev šol in civilne družbe na področju vzgoje mladih za turizem.

Aktivnosti:

- Sodelovanje pri oblikovanju sistematične izvenšolske dejavnosti na področju turizma;
- Spodbujanje sodelovanja vrtcev in šol, posebno na temeljnih turističnih območjih, kakršno je naše v okviru TD Rogla
- Sodelovanje pri kreiranju programa izbirnega predmeta Turistična vzgoja, ki se izvaja v osnovnih šolah.

3. STRATEGIJA TRŽENJA IN PROMOCIJE

Povečanje prepoznavnosti TD Rogla kot zanimive in atraktivne turistične destinacije

Trženje (marketing in prodaja) TD Rogla ima v strateških usmeritvah ključno vlogo. Ta je posebej izrazita v obdobju recesije, ko je zmanjšana investicijska dejavnost. Sodobno trženje je ključ za optimalno in maksimalno izkoriščenost potencialov v turistični destinaciji.

Ukrepi:

1. ukrep: Jasna opredelitev vloge tržne znamke Rogla kot turistične destinacije v okviru blagovnih znamk Pohorje, Slovenska naravna zdravilišča in Slovenija ter njeno komuniciranje
2. ukrep: Pospesjevanje razvoja turističnih produktov
3. ukrep: Vzpostavitev sistema CRM
4. ukrep: Okrepitev spletne prodaje turističnih storitev (rezervacijski sistem) in uveljavljanje e-trženjskih pristopov
5. ukrep: Vzpostavitev sistema podpore organizatorjem raznovrstnih prireditev
6. ukrep: PR

1. ukrep: Jasna opredelitev vloge tržne znamke Rogla kot turistične destinacije v okviru blagovnih znamk Pohorje, Slovenska naravna zdravilišča in Slovenija ter njeno komuniciranje

Komuniciranje znamke Rogla, kot ključnega identifikatorja turizma v regiji ter vključitev vsebine in vizualizacije nove znamke slovenskega turizma v vsa orodja in vse aktivnosti turističnih deležnikov v regiji.

Aktivnosti:

- Za čim večjo usklajenost znamke Rogla sodelovanje in koordinacija z drugimi institucijami na regionalni ravni ter z uglednimi slovenskimi in tujimi podjetji in institucijami (co-branding in cross-marketing);
- Uporaba novih in inovativnih orodij ter akcij za komuniciranje znamke.
- Komuniciranje znamke Rogla v vseh PR (odnosi z javnostmi) in oglaševalskih aktivnostih z domačimi javnostmi (vključitev v vsa orodja tržnega komuniciranja na domačem in tujih trgih; posredovanje sporočil za javnosti, vključitev tematike v kratke elektronske in mesečne novice,...);
- Komuniciranje znamke Rogla z drugimi subjekti, ki so nosilci pomembnih dogodkov/predstavitvev doma in v tujini v podporo znamke Rogla;
- Izdelava promocijskih izdelkov v skladu s strategijo in znamko;

2. ukrep: Pospesevanje razvoja turističnih produktov

Uresničevanje politike razvoja turistične destinacije Rogla. Izgradnja sistema razvoja, produkcije in trženja novih turističnih produktov.

Aktivnosti:

- Razpisi za programe turističnih društev skladno z marketinškimi načrti TD Rogla;
- Izvedba izobraževalnih delavnic in usklajevalnih sestankov na temo novih turističnih produktov z vsemi turističnimi in neturističnimi deležniki v regiji s poudarkom na managementu TD Rogla, tržnih raziskavah, razvoju in trženju turističnih produktov za povečanje strokovnosti in znanja v turizmu - gastronomija, poslovni turizem itd;
- Izdelava Strategije razvoja in trženja turističnih produktov s področja podeželja, kulture, športa, etnologije, poslovnega turizma, izletniškega turizma, doživljajskega turizma, enologije, gastronomije, zdravja, zdravilstva...; nadaljevanje izvajanja razvojnih in trženjskih aktivnosti za turistična produkta pohodništvo in kolesarjenje, skladno z oblikovanima strategijama za posamezen produkt;
- Spodbujanje povezovanja kolesarskih in pohodniških ponudnikov ter ocenjevanje njihovih storitev;
- Raziskave na tujih trgih s ciljem pridobiti profile tujih turistov (Hrvaška, Italija, Avstrija, Madžarska Nemčija, Benelux, Rusija, Ukrajina).

3. ukrep: Vzpostavitev sistema CRM

Obdržati obstoječe in pridobiti nove poslovne partnerje s poudarkom nadgradnje na tujih partnerjih; Zagotoviti celovito in enotno podatkovno bazo partnerjev, s katerimi sodelujejo turistični ponudniki v regiji. Omogočiti redno, enostavno in učinkovito spremljanje aktivnosti posameznih partnerjev kot osnova za načrtovanje prihodnjih oblik sodelovanja z LTO Rogla – Zreče, GIZ. Možnost segmentiranja partnerjev po izbranih kriterijih; Izboljšati kakovost komuniciranja s strani LTO o turistični ponudbi v regiji; Prednostno obravnavati pomembnejše partnerje/stranke.

Aktivnosti:

- Vzpostavitev in redno posodabljanje podatkovne baze tujih in domačih poslovnih partnerjev
- Dodajanje novih partnerjev
- Segmentiranje partnerjev po regijah, državah, ključnih pojmi in drugih izbranih kriterijih
- Informiranje in promocija turistične ponudbe tujim partnerjem (glede na področje/turistični produkt, ki ga tržijo)
- Povezava tujih partnerjev s predstavitvijo na www.pohorje-rogla.si

4. ukrep: Okrepitev spletne prodaje turističnih storitev (rezervacijski sistem) in uveljavljanje e-trženjskih pristopov.

Obdržati obstoječe turiste in pridobiti nove, zagotoviti preprost način informiranja splošne in strokovne javnosti s povečanjem uporabe e-orodij tržnega komuniciranja. Turistični portal www.pohorje-rogla.si posodobiti, nadgraditi in bolj približati potrebam uporabnikov in povečati število obiskovalcev.

Aktivnosti:

- Vzpostavitev CRM na podlagi spletnega časopisa in gradnja podatkovnih baz na zajemnih točkah portala in povezanih aplikacij ter na zajemnih točkah kontaktov LTO in ostalih turističnih deležnikov v regiji.
- Uskladitev vizualizacije portala v skladu s celostno podobo destinacije in novim znakom Slovenije;
- Personalizirano dodajanje vsebin portala glede na trg in njegove specifičnosti, uporaba aplikacij elektronskih novic za različne skupine partnerjev
- Spletno oglaševanje ter skrb za večjo prepoznavnost na domačih in mednarodnih iskalnikih;
- Dodajanje novih multimedijskih vsebin;
- Spodbujanje in pomoč turističnim ponudnikom v regiji pri vključevanju v rezervacijski sistem LTO ter uvajanje novih informacijskih in tehnoloških rešitev centralnega rezervacijskega sistema;

5. ukrep: Vzpostavitev sistema podpore organizatorjem raznovrstnih prireditev

LTO Rogla – Zreče, GIZ načrtuje aktivnejše vključevanje v organizacijo prireditev v regiji in lastno produkcijo prireditev s ciljem povečati zanimanje gostov za obisk regije in za povečanje PR aktivnosti v medijih.

Aktivnosti:

- Spodbujanje obogatitve turistične ponudbe v regiji;
- Aktivna podpora organizatorjem poslovnih, kulturnih, športnih in drugih dogodkov in predstavitev v času pridobivanja dogodkov ter v času izvajanja le-teh.

6. ukrep: PR

Sistematično razvijanje odnosov z javnostmi je ključ do poceni, ustreznega in učinkovitega obveščanja javnosti o turističnem utripu v turistični destinaciji. Pri tem sta enako pomembni notranja in zunanja javnost.

Aktivnosti:

- Uvedba mesečnih e-novic za strokovno notranjo javnost
- Uvedba tedenskih e-novic in e-sporočil za medije in zunanjo strokovno javnost
- Izdelava seznama vseh ustreznih medijev in redno komuniciranje z njimi

4. POLITIKA TRAJNOSTNEGA IN REGIONALNEGA RAZVOJA

Cilj:

Spodbujanje razvoja in spremljanje uresničevanja skladnega regionalnega in prostorskega razvoja po načelih trajnosti

Rastoč ekonomski pomen turizma za regijo izkazuje še intenzivnejšo potrebo po usklajenem načrtovanju razvoja v različnih sektorjih povezanih s turizmom s ciljem uresničevanja trajnostnega razvojnega koncepta slovenskega turizma in dolgoročnega izkoriščanja vseh njegovih razvojnih virov.

Vlada RS je v Strategiji razvoja Slovenije do leta 2013 opredelila trajnostni razvoj kot prioriteto načelo razvoja Slovenije. V Zakonu o spodbujanju razvoja turizma (Ur. list RS, 02/04) in Razvojnem načrtu in usmeritvah slovenskega turizma 2007-2011 je izpostavljen trajnostni razvoj kot temeljna razvojna paradigma slovenskega turizma. Vlada RS bo s koordiniranimi instrumenti spodbujanja trajnostnega razvoja v aktivnostih in usmeritvah ostalih strukturnih politik (prostorske, okoljske, socialne, kulturne, gospodarske in investicijske, regionalne, politike razvoja podeželja in kmetijstva...) prispevala k uresničevanju ciljev nacionalnega in evropskega trajnostnega turizma. Z uveljavitvijo sistema trajnostnih indikatorjev bo sprotno spremljala in merila uresničevanje trajnostnih razvojnih načel in uresničevanje trajnostnega turizma v turističnih destinacijah, na turističnih območjih in v turistični industriji.

Naloga vseh dejavnikov v destinaciji, povezanih s turizmom, je sprotno spremljanje in aktivna udeležba pri kreiranju in izvajanju politike trajnostnega razvoja s ciljem uspešno, dolgoročno in ustrezno oblikovati vsa izhodišča za trajnostni in sonaravni razvoj turističnih produktov v regiji.

Turizem je odlično orodje spodbujanja skladnega regionalnega razvoja, razvoja podeželja, gorskih območij in območij, ki zaostajajo v razvoju. Da bi se zadovoljivo izkoristili vsi naravni, kulturni in socialni ter gospodarski potenciali turizma na regionalnem in lokalnem nivoju je prvenstveno potrebno zagotoviti temeljne pogoje za izvajanje gospodarske dejavnosti turizma na teh območjih.

Ukrepi:

1. ukrep: Prostorski in regionalni razvoj turizma
2. ukrep: Spodbujanje uveljavljanja načel trajnostnega razvoja v turizmu
3. ukrep: Razvoj indikatorjev trajnostnega turizma
4. ukrep: Ureditev pogojev za razvoj turizma na zavarovanih območjih

1. ukrep: Prostorski in regionalni razvoj turizma

Politika prostorskega razvoja turizma sledi temeljnemu načelu in ciljem Politike urejanja prostora RS in prioriteta ter usmeritvam Strategije prostorskega razvoja Slovenije, ki upošteva vzdržen razvoj na celotnem ozemlju Slovenije. Strategija prostorskega razvoja posebno pozornost namenja turizmu, kot pomembnemu uporabniku prostora. Preudarno umeščanje in graditev turističnih objektov v prostor s skrbjo za ohranitev naravnih vrednot, krajine in kulturne dediščine kot glavnih virov turističnega gospodarstva, je za razvoj trajnostnega turizma prioriteta.

Aktivnosti:

Prostorsko coniranje območij namenjenih izključni rabi prostora za turistična podjetja v smislu nekakšnih »turističnih con«, ki bi delovale na principu, industrijsko-podjetniških con oziroma tehnoloških parkov (v smislu davčnih in ostalih sistemskih spodbud za razvoj turističnega podjetništva na tem območju), bi lahko pomenile dodaten prispevek tako k razvoju turističnega podjetništva kot k ustreznejši in nadzorovani rabi prostora za potrebe turistične infrastrukture.

2. ukrep: Spodbujanje uveljavljanja načel trajnostnega razvoja v turizmu

Uveljavljanje načel trajnostnega razvoja v turizmu pomeni razvojno naravnano usklajevanje socialno-kulturnih, ekonomskih in okoljsko-prostorskih parametrov razvoja turizma.

Aktivnosti:

- Zasedovanje principa trajnostnega razvoja turizma na vseh področjih in ravneh (vključno z »zelenimi« javnimi naročili in razpisi), ozaveščanje in obveščanje javnosti o pomenu trajnostnega turizma ter spodbujanje uvajanja ustreznih okoljskih in drugih standardov kakovosti podprtih s sistemom certificiranja in nadziranja.
- Aktivni bomo na področju spremljanja primerov dobrih praks na področju udejanjanja kriterijev trajnostnega razvoja v turizmu v slovenskem, evropskem in mednarodnem okolju in pri informiranju javne, zasebne in civilne javnosti o teh dobrih praksah.
- Sodelovali bomo pri aktivnostih uveljavljanja ekološkega in trajnostnega certificiranja produktov in storitev v destinacijah in ekološkega upravljanja destinacij in turističnih podjetij.

Zaradi izjemno pomembnega **družbeno – kulturnega vidika uresničevanja trajnostnega razvojnega koncepta** turizma je potrebno intenzivneje izkoristiti vse družbeno – kulturne potencialne trajnostnega turizma (v tem okviru dajemo poudarek na strategiji kulturnega turizma, strategiji podeželskega – ruralnega turizma – v sodelovanju z ostalimi pristojnimi resorji in pripravi izhodišč za izdelavo strategije socialnega turizma).

3. ukrep: Razvoj indikatorjev trajnostnega turizma

Indikatorji predstavljajo centralni instrument učinkovitega načrtovanja in upravljanja turističnih destinacij ali območij ter nudijo upravljavcem v turizmu potrebne informacije o vplivu turizma na okolje, gospodarstvo in socialno-kulturne komponente v okolju in obratno, vpliv le-teh na turizem. Za doseg trajnostnega razvoja je pomembno doseči ravnovesje med vsemi tremi dimenzijami.

Za doseg zelenega stanja želi Ministrstvo za gospodarstvo vzpostaviti sistem indikatorjev trajnostnega razvoja, ki bodo predstavljali informacije strateškega pomena za trajnostni razvoj Slovenije kot turistične destinacije. Indikatorji bodo sredstvo identifikacije določenega stanja, merilo obsega obstoječih problemov in tudi sredstvo za merjenje rezultatov izvedenih aktivnosti. Redna uporaba uradno opredeljenih indikatorjev bo zagotovila spremljanje doseženih sprememb, ki so pomembne za nadaljnji razvoj in upravljanje Slovenije kot turistične destinacije.

Aktivnosti:

- Sodelovanje pri pripravi indikatorjev trajnostnega turizma

4. ukrep: Ureditev pogojev za razvoj turizma na zavarovanih območjih

Pri tem ukrepu bomo sledili skupno zastavljenim smernicam in v sodelovanju z Ministrstvom za okolje in prostor ter Direktoratom za turizem iskali ustrezne rešitve za zagotovitev optimalnih pogojev za razvoj turizma na zavarovanih območjih v regiji ob upoštevanju specifik teh območij.

Aktivnosti:

- Vplivanje na izdelavo normativov, kriterijev in pogojev za razvoj turizma na varovanih območjih,
- Vplivanje na izvedbo coniranja varovanih območij

5. POLITIKA ZAGOTAVLJANJA KAKOVOSTI

Cilj:

Spodbuditi dvig kakovosti v turizmu.

Kakovost v turizmu opredeljujemo kot tisto tržno kategorijo in lastnost turističnega proizvoda, ki govori o doseganju/preseganju zahtev, potreb in pričakovanj turistov. Kot je že iz pomena koncepta kakovosti v turizmu razvidno, ima uvajanje tovrstnih konceptov mnogotere posredne in neposredne učinke. Turistični proizvod je sestavljen iz petih komponent, ki vplivajo na zadovoljstvo ali nezadovoljstvo turista, in s tem za njega ustvarjajo vrednost: lokacija, zmogljivosti (nastanitvene, prehrabene, rekreacijske, kulturne,...), ugled destinacije, cena in način izvajanja storitev. Nosilec turistične dejavnosti lahko vpliva le na način izvajanja storitev, oziroma lahko z izboljšanjem te komponente z najmanjšim finančnim vložkom doseže največje povečanje vrednosti za gosta in s tem boljše poslovne rezultate. Ključ uspeha v turizmu so zadovoljni gostje. Zato je naš primarni cilj dvigniti kakovost proizvodov/storitev v turistični ponudbi destinacije na vseh ravneh izvajanja storitev.

Razvoj kakovosti v turizmu je odločilno gibalno konkurenčnosti in tržne diferenciacije, saj lahko odločilno prispeva k večji prepoznavnosti, uspešnosti in k večjemu prihodku destinacije ali posameznega turističnega ponudnika. Blagovne znamke v turizmu imajo zato vse bolj pomembno vlogo in to na vseh ravneh – od posameznih ponudnikov, proizvodov, do destinacije.

Ukrepi:

1. ukrep: Spodbuditev dviga konkurenčnosti

1. ukrep: Spodbuditev dviga konkurenčnosti

V okviru Programa celovitega managementa turistične destinacije je bil že izveden projekt pridobivanja Znaka kakovosti Rogla, v okviru katerega so bili postavljeni kriteriji in sistem izgradnje, zagotavljanja in nadzora kakovosti turističnih ponudnikov v destinaciji. Naša naloga je s tem projektom nadaljevati tudi v prihodnje in ga nadgraditi z novimi spoznanji stroke.

Aktivnosti:

- Preverjanje skladnosti ponudbe z znakom kakovosti pri imetnikih Znaka kakovosti Rogla.
- Spodbuditi nove turistične ponudnike, da se vključijo v sistem.
- Promocija sistema in kakovosti.

6. STRATEGIJA RAZVOJA INFORMACIJSKE PODPORE

Cilj:

Uvedba novih tehnologij za zagotavljanje konkurenčne prednosti

Razvoj novih tehnologij bo še naprej povzročal pomembne spremembe v turizmu, predvsem na področju storitev pri zagotavljanju informacij in podpori komuniciranju. V smislu razvoja turizma obstaja kar nekaj področij, na katera izjemno vplivajo nove tehnologije pri zagotavljanju konkurenčnih prednosti. Ta področja so: zbiranje in upravljanje z informacijami o turistih, CRM, promocija in marketing, e-poslovanje, mreženje, izobraževanje, dostop do informacij za podporo odločanju, ...

Na tem področju imamo v regiji priložnost za pospeševanje nove turistične ponudbe na globalnem tržišču.

Ukrepi:

1. ukrep: Razvoj turističnega informacijskega sistema
2. ukrep: Vključitev v CRS
3. ukrep: Uvedba mobilnih tehnologij kot podpora trženju turistične ponudbe

1. Ukrep: Razvoj turističnega informacijskega sistema

Cilj, ki ga zasledujemo pri izvajanju tega ukrepa, je zagotovitev uspešnega trženja in razvoja turizma s sodobno informacijsko podporo.

Načrtovane aktivnosti:

- vzdrževanje in nadgradnja turističnega informacijskega portala www.pohorje-rogla.si ;
- spodbujanje turističnih subjektov na destinacijski in interesni ravni za vključevanje v informacijski sistem;
- oblikovanje in vzpostavitev sistema za podporo odločanju turističnim ponudnikom.

2. ukrep. Vključitev v CRS

V začetku leta 2007 je bil vzpostavljen Centralni turistični rezervacijski sistem. Strateška odločitev je vključitev portala destinacije v VRS.

3. ukrep: Uvedba mobilnih tehnologij kot podpora trženju turistične ponudbe

Spremljati je potrebno razvoj na tem področju, slediti trendom in se vanje vključevati.

7. STRATEGIJA RAZVOJA POSLOVNEGA OKOLJA IN INVESTICIJ

Ključ za strategijo razvoja poslovnega okolja in investicij je sodelovanje vseh turističnih deležnikov pri kreiranju razvojne politike na področju turizma v občinah in na nivoju države.

Ukrepi:

1. Ukrep: Spodbujanje razvoja novih integralnih turističnih proizvodov
2. Ukrep: Spodbujanje razvoja javno zasebnega partnerstva in uveljavljanje projektne načina financiranja večjih investicij

Ukrep 1: Spodbujanje razvoja novih integralnih turističnih proizvodov (ITP)

S ciljem po povečanju atraktivnosti turistične ponudbe v destinaciji, so predvideni spodbujanje povezovanja in sodelovanja turističnih ponudnikov in povečanje intenzivnosti vključevanja oblikovanih ITP v turistične distribucijske kanale. LTO Rogla – Zreče, GIZ bo pristopilo k spodbujanju razvoja ITP, ko bo oblikovana regijska destinacijska organizacija.

Ukrep 2: Spodbujanje razvoja javno zasebnega partnerstva in uveljavljanje projektne načina financiranja večjih investicij

V RNUST-u je prepoznan kot eden izmed pomembnih pogojev za zagotavljanje ugodnejšega finančnega okolja za investiranje v velike turistične projekte na nacionalni ravni, tudi razvoj javnega zasebnega partnerstva in uveljavljanje projektne načina financiranja večjih investicij. 7. decembra 2006 je bil objavljen Zakon o javno zasebnem partnerstvu (Uradni list RS, št. 127/06), ki je stopil v veljavo dne 7.3.2007. Po uveljavitvi zakona načrtujemo pristop k vzpostavitvi modela javno zasebnega partnerstva za izvedbo zahtevnih investicijskih projektov na področju turistične, športno turistične infrastrukture, valorizacije naravnih vrednot in obnove objektov kulturne dediščine.

8. STRATEGIJA RAZVOJA MEDNARODNEGA SODELOVANJA

Cilj:

Nadaljevati in poglobiti sodelovanje v vseh oblikah in institucijah mednarodnega sodelovanja in v okviru EU.

Ukrepi:

1. ukrep: Spodbujanje sodelovanja v vseh oblikah institucijah in pobudah EU institucij ter mednarodnega sodelovanja z namenom ustvarjanja pogojev za intenziviranje turističnega prometa



- 2. Ukrep:** Spodbujanje podjetij in drugih institucij za prijavo na razpise za sofinanciranje projektov v okviru bilateralnega sodelovanja na področju turizma. V okviru bilateralnega sodelovanja z nekaterimi državami oziroma regijami ima Slovenija razvito tudi projektno sodelovanje, ki poteka na osnovi razpisov partnerskih držav oziroma regij. Vključevanje vanj je ena od prednostnih nalog.
- 3. Ukrep:** Sodelovanje na mednarodnih razpisih (EU) s ciljem pridobivanja sredstev za sofinanciranje razvojnih projektov turizma v destinaciji.

PRILOGA 1:

**TURISTIČNA DESTINACIJA ROGLA
STATISTIKA PRIHODOV TURISTOV IN ŠTEVILO NOČITEV OD 2003 DO 2007**

Vir: Statistični urad RS

OBČINA	2003	2003	2004	2004	2005	2005	2006	2006	2007	2007
	prihodi	nočitve	prihodi	nočitve	prihodi	nočitve	prihodi	nočitve	prihodi	nočitve
Oplotnica	□	□	□	□	-	-	19	53	11	75
Slovenske Konjice	2383	4291	1559	2994	1689	3480	1688	3290	1989	3987
Vitanje	39	46	21	45	24	68	9	13	-	-
Zreče	50958	223418	51274	216586	58540	236373	52768	215450	62709	234548

OBČINA		2003	2004	2005	2006	2007
Oplotnica	Št. registriranih ležišč	-	-	-	8	16
Slovenske Konjice	Št. registriranih ležišč	100	54	54	-	54
Vitanje	Št. registriranih ležišč	8	8	8	-	-
Zreče	Št. registriranih ležišč	1426	1422	1502	1365	1506