



**Program celovitega managementa turistične destinacije  
»Pohorje-Rogla, Terme Zreče, Dravinjska dolina«, 2005-2007  
z blagovno znamko »Rogla«**

**MARKETINŠKA STRATEGIJA  
RAZVOJA TURIZMA NA OBMOČJU  
TURISTIČNE DESTINACIJE »ROGLA«**

**POLIKONS D.O.O.**

**Mag. Janez SIRŠE**

Ljubljana, november 2005



Projekt delno  
financira EU



Evropski  
Sklad za  
Regionalni  
Razvoj

»MARKETINŠKA STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA NA OBMOČJU  
TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA« je izdelana na osnovi pogodbe JNMV 6/2005  
z dne 21.11.2005.

Naročnik projekta:  
Šolski center Slovenske Konjice – Zreče

Izvajalec projekta:  
POLIKONS d.o.o.  
Mengeš, Balantičeva 6

<http://www.polikons.si/>

Vodja projekta: mag. Janez Sirše  
Sodelavci: Nataša Pobega, Jasmina Mihelak, Ksenja Vlah

Pri izdelavi projekta je sodelovalo na delavnicah in v individualnih razgovorih večje  
število strokovnjakov, ki se jim za pomoč in sodelovanje najlepše zahvaljujemo.

## KAZALO

Predgovor	2
1. Turizem na območju Zreč in Slovenskih Konjic	4
2. Opredelitev zaokroženega turističnega območja – turistične destinacije	10
3. Inventarizacija in evalvacija turistične ponudbe	12
4. Ekonomski obseg turizma	15
5. Analiza turističnega trga	17
6. Ciljna tržišča, tržno pozicioniranje in USP	25
7. Vizija razvoja turizma	29
8. Smeri in programi strateškega razvoja turizma	31
9. Strateški cilji razvoja turizma	35
10. Izbor ključnih projektov za realizacijo vizije razvoja turizma	37
11. Osnovni ukrepi za realizacijo strateških razvojnih ciljev turizma	39
12. Priloge	42

## **PREDGOVOR**

Turizem je dejavnost, ki se prepleta v okviru celotnega gospodarstva in družbenega življenja in zavzema vse večji delež, pomen in tudi odgovornost za razvoj posameznih območij in krajev, za zaposlenost in za vzdrževanje čistega in urejenega naravnega in kulturnega okolja. Seveda pa današnji turizem ni tisti izpred 30-40 let, ko so bile poletne počitnice ob morju glavni potovalni cilj večine Evropejcev. Danes je turizem skupni imenovalec za aktivnosti, ki so povezane s preživljanjem prostega časa: počitnice, aktivna rekreacija, kulturni dogodki, zabavne prireditve in sprostitve, zabava in igralništvo, nakupovanje, uživanje v dobri hrani in pijači, skrb za zdravje, iskanje poslovnih priložnosti, izpopolnjevanje in usposabljanje, razgledovanje,...Gre torej za širok spekter aktivnosti, ki sestavljajo turistično gospodarstvo, kjer niso več najpomembnejše naravne danosti in enkratni spomeniki. Dokazi za to so turistični centri, ki so zrasli v puščavah, preurejanje industrijskih središč v izletniške kraje, itd.

Zaradi takega razvoja turizma je tudi definicija turizma in turistov dobila novo formulacijo. Statično spremljamo v turizmu obiskovalce, ki so lahko turisti – to so tisti, ki prenočijo vsaj enkrat in dnevni obiskovalci, ki ne prenočujejo in gredo izven kraja svojega normalnega delovnega in življenjskega okolja. Tako imamo po tej definiciji v turizmu turiste s prenočitvami, izletnike in dnevne obiskovalce in tranzitne potnike.

Razvoj Slovenije in njeno vključevanje v Evropsko Uniju je posopešilo razvojno bolj ambiciozna razmišljanja in načrtovanje prihodnega razvoja turizma v državi in na posameznih območjih. To se odraža v državni strategiji razvoja turizma za obdobje 2002-2006, sprejetim Zakonom o spodbujanju razvoja turizma, letno turistično politiko in v sofinanciranju investicij v turistične kapacitete in programe in v programe managementa zaokroženih turističnih območij - turističnih destinacij.

Razvoj turizma na Pohorju in v Dravinjski dolini je zaznamoval program razvoja te dejavnosti, ki ga je realizirala družba Unior d.d. iz Zreč, kovaška industrija, ki je z daljnovidnim pogledom na učinke tehnološkega razvoja videla, da bo potrebno razvijati druge dejavnosti, ki bodo dale delovna mesta, ki bodo vplivale na urejenost okolje in ki bodo tržno valorizirale in ustvarile dodano vrednost na osnovi naravnih danosti celotnega območja. Tako je v zadnjih 25 letih nastal nov slovenski turistični center Rogla-Terme Zreče s kakovostno celoletno ponudbo, ki predstavlja dobrih 20% vseh zimskih smučarskih kapacitet in 10% vseh zdraviliških kapacitet, če merimo pomen po obisku smučišč (okrog 250.000 letno) in realiziranih nočitvah (220.000 letno).

Razvoj, ki ga je na področju turizma uresničevala družba Unior d.d. je multiplikativno vplival na razvoj številnih drugih kapacitet in programov, razvili so se družinski hoteli, apartmaji in prenočišča, turistične kmetije, restavracije in gostilne, smučarske in druge športne šole, turistične poti, prireditve, proizvodnja hrane za potrebe turizma, itd. In to ni bilo omejenosamo na območje občine Zreče ampak se je ta vpliv razširil še na občino Slovenske Konjice, Oplotnico, Vitanje in Vojnik. Predvsem Slovenske Konjice so z načrtno turistično politiko razvijale komplementarno turistično ponudbo z urejenostjo

kraja in celotnega območja. Tako se je razvil golf, vinogradništvo z vinskimi cestami, prireditve, kulturna ponudba in zgodovinski spomeniki, itd.

Ta razvoj pa je v zadnjih letih dosegel tisto raven, ko je bilo potrebno pričeti iskati področja sodelovanja med občinami zaradi skupnega in uskaljenega razvoja turizma. Tako je prišlo leta 2003 do iniciative, da se izdelata strategija razvoja turizma za celotno območje, kjer so bili izpostavljeni 4 cilji:

- opredelitev turističnega območja in ovrednotenje potencialne turistične ponudbe
- opredelitev ključnih turističnih programov in njihove prostorske umestitve
- opredelitev blagovne znamke turizma na zaokroženem območju
- razvoj enotne marketinške organizacije za turistično destinacijo za pospeševanje in trženje turizma

V izhodišču sta naročnika strategije razvoja turizma občini Zreče in Slovenske Konjice ter Unior d.d. – Program turizem, vendar sta se skupnemu načrtovanju turizma na širšem območju pridružila še občini Oplotnica in Vitanje. Tako so vse 4 občine že sodelovale pri skupni prijavi celovitega programa razvoja turističnih kapacitet in programov jeseni 2003.

Tako je na osnovi tekočega sodelovanja in usklajevanja razvoja turizma že prišlo do oblikovanja interesnega-zaokroženega turističnega območja 4 občin – Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje. Njihovo sodelovanje in sprejemanje turizma kot gospodarskega in potrošnega pojava 3. tisočletja je privedlo tudi do usklajene opredelitve turistične destinacije ROGLA, s katero se opredeljuje celotno turistično območje, ki obsega vse od Pohorja do Dravinjske doline.

Napovedi razvoja turizma v Evropi so ugodne, ocenjujejo, da bo turistično povpraševanje še dalje naraščalo, kar bo brez dvoma vplivalo tudi na rast povpraševanja na našem območju. Spremembe v potrošnih navadah, želja po individualnosti, več kratkih potovanj, stik z naravo, skrb za zdravje in dobro počutje, rekreacija in sprostitve, zabava, kultura, učenje na osnovi spoznavanja, ipd dajejo turistični destinaciji ROGLA vse možnosti, da uveljavi svoje prednosti in razvije vse komplementarne blike turizma na širšem območju, od katerega bodo imeli koristi vsi: veliki in mali ponudniki, turistično razvite in manj razvite občine in prebivalci.

## 1. TURIZEM NA OBMOČJU ZREČ IN SLOVENSКИH KONJIC

### 1.1 ZREČE

Zreče so se kot enotno naselje razvile šele v zadnjih dvajsetih letih iz vasi Zgornje in Spodnje Zreče ter Dobrava. Kot enotno urbano in komunalno urejeno naselje je bilo proglašeno za mesto leta 1987. Novi center Zreč se je, oziroma se še razvija posebno na dobravski terasi, dvignjeni nad industrijsko cono ob reki Dravinji. Skokovit razvoj Občine je plod nagle gospodarske rasti, ki ji dajejo utrip predvsem podjetja Unior, Comet, in GKN Atlas, malo gospodarstvo in podjetništvo zlasti v Krajevni skupnosti Stranice, širši pohorski gozdovi in turizem, ki danes postaja glavna in prednostna panoga celotne občine Zreče.

#### 1.1.1. Klimatsko turistični center Rogla

Občina Zreče (395m) danes nedvomno največ stori za ohranjanje in nadaljnji razvoj višje ležečih predelov. Skomarje (944m) in Resnik (860m) sta najvišje ležeči strnjeni naselji v Sloveniji. Vse več kmetij se odloča še za druge dopolnilne dejavnosti predvsem na področju turizma, tako na področju občine danes lahko najdemo 12 kmečkih turizmov, ki so s svojo kakovostjo in domačnostjo znana tudi izven naših meja. Zreče, ki obsegajo še krajevne skupnosti Gorenje, Skomarje, Resnik in Stranice, so središče turistično naglo se razvijajočega Južnega Pohorja s klimatsko turističnim centrom (KTC) Rogla. Na tem delu Pohorja se je že kar močno uveljavilo ime **Zreško Pohorje**. Od leta 1996 je Rogla Klimatsko zdravilišče z opremljeno Pulmološko ambulanto v sodobnem Medico centru. Klima na Rogli blagodejno vpliva na obolenje dihal, alergije, obolenja oči in kože kakor tudi na krvna obolenja. Leta 1997 je postala Rogla prvi olimpijski center v Sloveniji in je s svojo edinstveno lego, milo srednjegorsko klimo ter vrhunskimi športnimi objekti, pravi raj za kondicijske priprave športnikov. Rogla danes nudi ustrezno namestitev gostom. V hotelu Planja s štirimi zvezdicami je 59 ležišč, v hotelu Rogla s tremi zvezdicami pa 176 ležišč. Depandansa Brinje lahko v 22 apartmajih gosti 66 gostov. Za vse, ki želijo bivati v bungalovih pa je na voljo 152 ležišč v dvo in štiriposteljnih bungalovih, vsi so pa opremljeni s kuhinjami. Hotel Planja ima poleg restavracije še »Staro koč« s kamin sobo, aperitiv bar, seminarske dvorane, zabavišče, mini igralnico, športno trgovino, trgovino z živili, vrtec, frizerski salon, bazen, finsko in turško savno, medico center, šolo smučanja, najmodernejši ski servis in izposojevalnico smučarske opreme, garaže ter pizzerijo nad hotelom pri sedežnici Na stičišču smučarskih prog, pri okrepčevalnici Mašinžaga, kjer je pozimi očem skrito akumulacijsko jezero, se v poletnih mesecih lahko preizkusite v tekmovalnem ribolovu. V zimskih mesecih obratujejo še tri okrepčevalnice na smučiščih. Rogla se pozimi spremeni v pravi beli paradiz, kjer se na 80 ha umetno zasneženih smučarskih površinah in ob bogati kulinarični ponudbi, zimskih radosti naužije vsa družina. Že deset let pa je Rogla prizorišče evropskega pokala in FIS tekmovanj.

Smučarsko središče Rogla spada z 90 ha površine, 12 km smučarskih in 3 km tekaških prog ter s 14.500 smučarji, ki jih sprejme v uri, med največja slovenska smučišča. V zimski sezoni 2001/2002 so na Rogli zabeležili 240.000 smučarjev kar predstavlja skoraj 22% slovenskega smučarskega turizma. Smučišče Rogla se je tako že drugo leto zapored povzpelo na 1. mesto po obiskanosti med vsemi 32 smučišči v Sloveniji.

**Tabela 1: Število obiskovalcev v SC Rogla in primerjava z ostalimi smučišči**

	1999/2000	2000/2001	2001/2002
SC Rogla	230.000	168.000	240.000
Vsa smučišča skupaj	1.312.761	626.966	1.124.529

Tudi poleti je Rogla zanimiva in obiskana turistična destinacija. Klimatsko zdravilišče Rogla v poletni sezoni ponuja: tenis, fitnes, jezenje konj, ribolov, panoramsko vožnjo s sedežnico, kohanje in savno v hotelu Planja in bližnjih Termah Zreče.

### 1.1.2 Terme Zreče

V Radani vasi pri Zrečah so leta 1984 pri iskanju antracita z vrtino odkrili zdravilno termalno vodo ter leta 1990 zgradili Terme Zreče. Leta 1999 so obnovili in dogradili hotel Dobrava 2000. V hotelu s štirimi zvezdicami je 66 eno ali dvoposteljnih sob, štirje dvoetažni apartmaji s finsko savno ter šest klasičnih apartmajev. V hotelu s tremi zvezdicami je na razpolago še 35 dvoposteljnih sob ter v Vilah terme 40 apartmajev in 40 dvoposteljnih sob.

Skozi vse leto obratuje pet bazenov s skupno površino 1300m<sup>2</sup>. Na voljo so še topli vrelci, fitnes center, center tajske masaže in savna vas. Terme Zreče so med športniki predvsem poznane zaradi uspešne rehabilitacije športnih poškodb, sicer pa so indikacije zdravilišča: postoperativna stanja na gibalnem aparatu, poškodbe gibalnega aparata, degenerativna in revmatična obolenja, poškodbe in obolenja perifernega živčnega sistema in motnje perifernega krvnega obtoka.

**Tabela 2: Število nočitev v Občini Zreče in primerjava z ostalimi zdraviliškimi kraji v letih od 2000 - 2002**

	2000	2001	2002
Občina Zreče	187.226	195.901	216.276
Ostali zdraviliški kraji	2.112.898	2.284.342	2.326.852

Iz tabele je razvidno, da se je število nočitev v občini Zreče od leta 2000 do leta 2002 precej povečalo. V letu 2002 so v Zrečah zabeležili 216.276 nočitev, kar je 9,3% vseh nočitev v zdraviliških krajih v Sloveniji.

Leto 2002 je bilo za Terme Zreče pomembno, saj jim je uspelo preseči število 100.000 nočitev in se pridružiti skupini zdravilišč s številom nočitev nad 100.000, ki jo sestavljajo Terme Čatež, Terme 3000, Terme Olimia, Terme Hoteli Palace Portorož, Terme Radenci in Terme Rogaška.

Od leta 1996, odkar so Zreče postale samostojna občina, se je število turistov iz leta v leto povečevalo. V letu 2002 je občino obiskalo 48.841, od tega 32.908 domačih in 15.933 tujih gostov. Enako je naraščalo tudi število nočitev in se od leta 1996, ko je v Zrečah prenočilo 170.208 obiskovalcev, povzpelo v letu 2002 na 216.276 nočitev. Od tega je bilo v letu 2002 zabeleženo 141.057 domačih in 75.219 tujih nočitev. Tudi število kapacitet se je od leta 1996 precej povečalo. Takrat je bilo na voljo 1169 prenočitvenih kapacitet, podatki za mesec februar 2003 pa kažejo, da se je to število v 17 nastanitvenih objektih povzpelo na 1473, od katerih je 1213 stalnih in 260 pomožnih ležišč.

### **1.1.3. Drugi turistični ponudniki**

Hotel Smogavc v Zrečah ima dva hotelska kompleksa, s skupno 26 sobami ter letno 7968 gosti, na lokaciji Gorenje ter Zreče. Investitor namerava vložiti dodatna sredstva v izgradnjo hotelskih prostorov, z 17 sobami ter z ureditvijo športno sprostitvenega programa - wellness programi (fitnes, masaža, savne, virpools,...). Hotel Pod Roglo (Težak Žan, s.p.) je nov hotelski kompleks na poti od Zreč proti Rogli. Imajo 24 ležišč v sobah in 7 apartmajev, lastno restavracijo in pivovarno. Garni hotel Zvon v Zrečah ima 50 ležišč v 6 dvoposteljnih, 2 troposteljnih sobah in 7 apartmajih.

Na območju občine Zreče je registriranih 7 zasebnih nastanitvenih kapacitet v turističnih apartmajih predvsem v Zrečah in na Rogli. K turističnemu utripu na območju občine Zreče veliko pripomorejo tudi številne turistične kmetije s skupno 124 ležišči in 3 ležišči za invalide :

- turistična kmetija Arzenšek, Stranice;
- turistična kmetija Urška, Stranice;
- turistična kmetija Arbajter, Skomarje;
- turistična kmetija Ločnikar, Skomarje;
- turistična kmetija Pačnik, Resnik;
- turistična kmetija Medved, Skomarje;
- turistična kmetija Kovše-Kočnik, Resnik;
- turistična kmetija Ramšak, Zreče.

## **1.2. SLOVENSKE KONJICE**

Slovenske Konjice so se po letu 1970 razvile v močno gospodarsko središče z značilno lesno, usnjarsko in strojogradniško industrijo. V zadnjih letih so veliki gospodarski sistemi propadli, značilna pa je rast obrti in malih podjetij, kar je na konjiškem tradicija. Tradicija ter naravne in kulturne danosti na konjiškem so pripomogle k pospešenemu razvoju turizma v tej občini. Pečat mestu dajejo predvsem urejenost, čisto okolje in prijaznost ljudi, bogata vinogradniška tradicija, znamenita Žička kartuzija, Dvorec Trebnik ter vedno bolj obiskano igrišče za golf.



Velik pečat turizmu pa dajejo tudi obstoječe turistične kmetije in izletniške kmetije v Slovenskih Konjicah in njeni okolici, z nastanitvijo, kulinaricnimi dobrotami ter ponudbo športnih aktivnosti:

- Turistična kmetija pri Krošlovih;
- turistična kmetija Marguč Loče;
- izletniški turizem Debelak, Loče;
- izletniška kmetija Lopan, Loče;
- kmečki turizem Hohler, Tepanje.

### 1.2.1 Vinogradništvo in vinarstvo

Slovenske Konjice slovijo po izjemni tradiciji pridelovanja kakovostnih vrhunskih vin, ki so cenjena v mednarodnem obsegu. Tradicija škalskih vinogradov sega že v 14. stoletje. Razprostirajo se v Mariborskem vinorodnem okolišu, v podokolišu obronkov Pohorja. Vino pridelujejo iz grozdja, ki zori na 80 hektarih vinogradov v sklopu podjetja Zlati grič. Med kakovostnimi vini so poznani po belem in rdečem Konjičanu, med vrhunskimi vini pa v vrh sodi renski rizling. Odlične lege vinogradov dajejo vina posebne kakovosti. Izbor vrhunskih vin dopolnjujejo penine: bela, rdeča in rose - proizvedene po klasični metodi, z vrenjem v steklenici. V starem mestnem jedru Slovenskih Konjic lahko gostje obiščejo tudi Vinoteko Stari trg.

Skozi Slovenske Konjice poteka tudi **Podpohorska vinska turistična cesta**, kjer številne kmetije odprtih vrat in vinotoči ponujajo vino in tradicionalne jedi:

- vinotoč Launka, Tolsti vrh, Slovenske Konjice;
- vinotoč Kukovič, Loče;
- vinotoč in prodaja na domu Založnik, Škalce, Slovenske Konjice;
- izletniški turizem in prodaja Gozdič d.o.o., Slovenske Konjice;
- vinotoč Zidanšek, Loče;
- vinotoč Zidanšek, Loče;
- izletniški turizem Slemenšek, Loče;
- vinotoč Cugmas, Škalce, Slovenske Konjice;
- bife Iršič, Tolsti vrh, Slovenske Konjice ter že zgoraj omenjene turistične in izletniške kmetije z nastanitvenimi dejavnostmi.

**Tabela 3: Število obiskovalcev vinoteke Stari trg v obdobju 2002 – 2003**

2001	1361
2002	2085
2003 (januar – avgust)	1286

Vinoteko Stari trg je v obdobju od januarja do avgusta 2003 obiskalo 1286 ljubiteljev vina. V primerjavi z istim obdobjem v letu 2001 se je število obiskov povečalo za 160 %, glede na lansko leto pa za 153%.

## 1.2.2 Žička kartuzija

Žička kartuzija je ena najstarejših zgradb na slovenskem ozemlju. Nekoč naseljena, danes predstavlja ruševine, kjer je še vedno čutiti mogočnost preteklega časa. Danes se vanju spet vrača življenje. Popotnik se lahko ustavi na zeliščnem vrtu ali pa se oddahne v najstarejši slovenski gostilni Gastuž.

**Tabela 2: Obisk Žičke kartuzije v obdobju 2001 – 2003**

2001	11.565
2002	11.780
2003 – od januarja do avgusta	8.674

Po podatkih za obdobje od meseca januarja do meseca julija 2003, je Žičko kartuzijo obiskalo 8.674 ljudi. V primerjavi z istim obdobjem v letu 2001 se je število obiskov povečalo za 11%, vendar pa se je v primerjavi z lanskim letom zmanjšalo za 5,5%.

## 1.2.3 Dvorec Trebnik

Današnji graščinski kompleks obsega dve stavbi ter eno manjšo, katerega jedro je osrednji trakt, ki je - sodeč po najstarejših ohranjenih sestavinah - iz prve polovice 17. stoletja. Ta graščinski kompleks na mestnem obrobju, poznan kot Windischgrätzova graščina - danes Dvorec Trebnik, je v letu 1996 podjetje Jelen d.d. odkupilo od Občine Slovenske Konjice z namenom oz. vizijo postaviti v stavbah Dvorca Trebnik in na zemljišču velikosti 15 hektarjev, program, ki bo povezoval različne vsebine, od turistične ponudbe, izobraževalnega centra, prodajnega centra do povezovanja okoliških bioproizvajalcev zelišč, žitaric in zelenjave.

Danes predstavlja Dvorec Trebnik Ekološko, turistično in izobraževalno središče Dravinjske doline za vsa življenjska obdobja. S svojo dejavnostjo ne predstavlja le osnovne turistične infrastrukture, ampak celotno bivalno učno življenjsko okolje, ki poudarja naravno in kulturno identiteto. Sestavljen je iz večjih podprojektov ( zeliščni vrt in tematski vrtovi, ekološko učni poligon, dinamični center izobraževanja, usposabljanja in zaposlovanja, proizvodnja in prodaja izdelkov naravne kozmetike, zelišč, tekstila, dekorativnega programa, turistični programi, novi razvojni programi ).

**Tabela 4: Obisk Dvorca Trebnik v obdobju 2001 - 2003**

2001	811
2002	12.372
2003 – od januarja do avgusta	8.890

Dvorec Trebnik je v obdobju od januarja do avgusta 2003 obiskalo 8.890. To je v primerjavi z istim obdobjem lani skoraj 2% več, v primerjavi z letom 2001 pa se je

število obiskovalcev povečalo za več kot 32 – krat, saj je bilo v tem obdobju leta 2001 le 276 obiskovalcev.

#### 1.2.4. Golf igrišče Zlati grič

V idiličnem okolju škalskih vinogradov leži edinstveno igrišče za golf. Zaradi naravnih danosti je izredno razgibano in v celoti obkroženo z vinogradi. Igralna polja popestri potok, ki teče po sredini igrišča, pa tudi ribniki, gozd, grmičevje in travniki. Igrišče ima 9 igralnih polj, katerih skupna dolžina je 2500m in ima par 35. Teren je prijeten za igro. Igrišče za golf je odprto od marca do novembra.

**Tabela 4: Število obiskovalcev Golf igrišča Zlati grič v obdobju 2002 - 2003**

	Igrišče	Vadbišče	Skupaj
2002	6426	4931	11357
2003 (mar – avgust)	4163	2997	7160

Iz tabele je razvidno, da je v letošnjem letu od meseca marca, ko se je igrišče odprlo, do meseca avgusta, golf igrišče obiskalo skupaj 7160 golfskih navdušencev. Od tega 4163 samo igrišče, 2997 pa se jih je preizkušalo na vadbišču. V primerjavi z istim obdobjem lani je Golf igrišče Zlati grič obiskalo 12% manj golfistov.

Iz navedenega je razvidno, da ima občina Slovenske Konjice kar nekaj za turiste in obiskovalce zelo privlačne turistične ponudbe. Kljub temu, pa je iz statističnih podatkov (v prilogi) razviden od leta 1991 do leta 2002 drastičen upad števila turistov, prenočitev in kapacitet. V letu 1991 je bilo tako na voljo 1671 ležišč, v lanskem letu pa je to število padlo na vsega 84 ležišč. Prav tako se je od 1991 – 2002 leta vsako leto zniževalo število turistov in njihovih prenočitev. Leta 1991 je občino obiskalo 32.270 turistov in opravilo 132.875 nočitev, leta 2002 pa le še 2.784 obiskovalcev, ki je opravilo 4.735 nočitev.

Hotel Dravinja v središču Slovenskih Konjic nudi 55 sob. Ležišča imajo le še turistična Kmetija Marguč, Loče in apartmaji Ulčnikova vila, Loče.

Podjetje Zlati grič d.o.o. Slovenske Konjice predvideva preureditev starih zidanic na območju Škalc v nastanitvene objekte.

## 2. OPREDELITEV ZAOKROŽENEGA TURISTIČNEGA OBMOČJA – TURISTIČNE DESTINACIJE

Turizem in turistična ponudba morata predstavljati zaokroženo, atraktivno celoto, ki se lahko uveljavi na tržišču in doseže ustrezne poslovne rezultate. Zato se razvijajo zaokrožena turistična območja – kraji in manjše ali večje regije, ki morajo zato da postanejo turistična destinacija imeti:

- določene atrakcije, zanimivosti in danosti,
- osnovne turistične kapacitete in programe,
- prometne povezave – dostopnost,
- imidž oz. tržno percepcijo v očeh turistov in blagovno znamko.

Turizem je na našem analiziranem območju najbolj razvit v občini Zreče – na Rogli in v Zrečah s termami. Tudi razvoj ponudbe in trženja v družbi Unior d.d. Program turizem je šel v smeri uveljavljanja blagovne znamke Rogla kot klimatskega turističnega centra, poznanega predvsem po zimski smučarski ponudbi in termami v Zrečah, kjer se je razvilo zdravilišče s kurativnimi in preventivnimi programi. Vendar pa so turisti odkrivali tudi druge kmanjše kraje v okolici, druge progarme in punudnike, kar je vodilo k sodelovanju občin Zreče in Slovenske Konjice na področju turizma. V obeh občinah prebiva 20.200 prebivalcev na 165 km<sup>2</sup>.

Za razvoj turizma na območju občin Zreč in Slovenske Konjice pa je pomembna tudi bližina gravitirajočih občin Oplotnica in Vitanje ter v veliki meri še Vojnik in Dobrna. Tako živi na celotnem območju 4 občin 26.500 prebivalcev na 257 km<sup>2</sup> (na območju vseh 6 občin pa 36.600 prebivalcev na 364 km<sup>2</sup>).

**Tabela 5: Primerjava koncentracije v turizmu v posameznih turističnih krajih in območjih v Sloveniji za leto 2002**

	Prebiv.	Km <sup>2</sup>	Ležišča	Turisti	Nočitve	TN/Preb	TN/km <sup>2</sup>	TN/lež	Lež/P
Bled	11.076	188,5	4.729	159.130	483.143	0,12	7,02	0,28	0,43
Bohinj	5.220	333,7	4.989	94.605	327.777	0,17	2,69	0,18	0,95
Brežice	24.493	268,1	3.766	119.956	469.670	0,05	4,80	0,34	0,15
Kranjska Gora	5.412	256,3	4.987	121.071	394.950	0,20	4,22	0,22	0,92
Moravske Toplice	6.370	144,5	2.198	84.914	376.539	0,16	7,14	0,47	0,34
Piran	17.413	446,0	12.919	345.094	1355.525	0,21	8,33	0,29	0,74
Podčetrtek	3.296	60,6	1.725	60.338	294.346	0,24	13,30	0,47	0,52
Radenci	5.355	34,1	676	33.142	155.926	0,08	12,50	0,63	0,13
Zreče	6.301	67,0	1.390	48.841	216.276	0,09	8,84	0,43	0,22
TD ROGLA	26.500	257	1.445	51.660	221.105	0,02	2,35	0,42	0,05

Opomba: Koncentracijo turizma smo izračunali glede na turistične nočitve na dan v primerjavi s številom prebivalcev, površino in številom turističnih ležišč.

Iz pregleda je dokaj očitno, da je turistična destinacija ROGLA med tistimi, ki ima še veliko rezerv pri nadaljnjem razvoju turističnih kapacitet in programov, saj je koncentracija turističnega obiska in ležišč med najnižjimi v primerjavi z alpskimi, zdraviliškimi in obmorskimi turističnimi kraji. Tudi same Zreče imajo še rezerve v razvoju kar kažeta kazalnika števila nočitev v primerjavi s številom prebivalcev in število turističnih ležišč v primerjavi s številom prebivalcev, medtem ko je število nočitev v primerjavi s površino občine že nekje blizu zgornje meje in je zato nujno potrebno razviti turistično destinacijo, ki pa ima dovolj absorpcijske moči za večjo turistično obremenitev prostora.

Za čim večji in kakovostnejši razvoj turizma na tem območju je zato vsekakor potrebno razviti turistično destinacijo, razviti sodelovanje in povezovanje med naštetimi občinami, povezovanje subjektov turistične ponudbe (lokalno turistične organizacije, turistično informativni centri, turistična društva, podjetja, kmetije,...), povezovanje turističnih produktov ter večje povezovanje in sodelovanje med gospodarstvom, kmetijsko dejavnostjo, turizmom in kulturo.

Z vidika razvoja turistične destinacije bi bilo smotno razvijati sodelovanje na širšem območju Pohorja in z Dobrno ter Vojnikom. Poleg Dobrne, ki se je v zadnjih letih razvila v sodobno središče zdraviliške in spremljajoče turistične dejavnosti (kmečki turizem, izletniški turizem, rekreacija in šport v naravi,...), turistično ponudbo dopolnjuje tudi občina Vojnik s kulturno in naravno dediščino, razvojem kmečkega in ribiškega turizma. Dobrna je z zdraviliškim turizmom, kot vodilno turistično panogo, kljub upadu nastanitvenih zmogljivosti, po podatkih iz leta 2002, privabila 11.635 turistov (8.687 domačih in 2.948 tujih), ki so ustvarili 83.669 nočitev. Število kapacitet, turistov in nočitev v občinah Vojnik, Vitanje in Oplotnica se je v zadnjih letih znatno zmanjšalo, kljub temu pa se na tem območju razvija kmečki, kulturni (graščine Novi grad, Guteneg, Tabor, Lemberg,...), ribiški turizem.

Iz navedenega je razvidno, da tvori zaokroženo turistično območje Rogla - Zreče - Slovenske Konjice –Oplotnica – Vitanje, v širši potencial za razvoj turizma na tem območju pa lahko vključujemo še Dobrno in Vojnik.. Pri tem pa je potrebno s trženjskega vidika celotno gravitirajoče območje oblikovati v prepoznavno turistično destinacijo, kjer je ROGLA dominantna in že prepoznavna blagovna znamka, ki jo je potrebno dopolniti-obogatiti z vsebinami, ki jih dajejo drugi naravni faktorji in turistična ter druga ponudba v dolini.

### 3. INVENTARIZACIJA IN EVALVACIJA TURISTIČNE PONUDBE

Na osnovi osnovne klasifikacije turistične ponudbe smo zbrali podatke o turističnih zanimivostih, osnovni nastanitveni ponudbi, turističnih programih in prireditvah za celotno območje, kar prikazujemo v prilogi.

Na tem mestu naj izdvojimo le tisto ponudbo, ki tvori osnovo razvoja turizma na turističnem območju:

- naravni faktorji zdravilnega učinka: klima, termalna voda ter dodatni naravni zdravilni faktorji
- kulturna krajina Dravinske doline
- kakovostne turistične nastanitvene kapacitete različnih vrst, velikosti in kategorij
- vrhunski programi smučanja, zdravilnega učinkovanja, športa in rekreacije,
- avtohtona in naravna kulinarika s hrano in pijačo
- kultura in prireditve mednarodne dimenzije
- lahka prometna dostopnost

**Tabela 6: Osnovni pregled turističnih nastanitvenih kapacitet v turistični destinaciji**

Zmožljivosti		Število ležišč				
		SLOVENIJA	SLOVENSKE KONJICE	VITANJE	ZREČE	SAVINJSKA REGIJA
Osnovne nastanitvene zmožljivosti	Hoteli	26.682	54		639	3.645
	Penzioni	2.565				64
	Moteli	812				0
	Apartmaji	3.160			416	1.447
	Prenočišča	1.266			58	139
	Gostilne	2.177	30	8		159
Dopolnilne nastanitvene zmožljivosti	Planinski domovi in kočje	6.052				784
	Delavski počitniški domovi	5.509			102	126
	Otroški in mladinski počitniški domovi	1.472				0
	Kampi	18.174				430
	Zasebne sobe	9.198	5		120	655
	Začasne nastanitvene zmožljivosti	2.158				0
<b>SKUPAJ</b>		<b>79.225</b>	<b>89</b>	<b>8</b>	<b>1.335</b>	<b>7.449</b>

### 3.1. SWOT ANALIZA

Bogata in raznolika ter v mnogočem tudi neodkrita turistična ponudba turistične destinacije ima veliko prednosti in predvsem priložnosti, vendar ne smemo spregledati tudi slabosti in pretenj, ki jih je potrebno spremljati, analizirati in odpravljati, enako kot tudi učinke prednosti in izkoriščanje priložnosti.

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ugodna in zdrava klima v vseh letnih časih</li> <li>- termalna voda</li> <li>- naravni viri</li> <li>- geografski položaj, lahka dostopnost</li> <li>- naravne znamenitosti</li> <li>- kulturna in zgodovinska dediščina</li> <li>- kakovostna gastronomija z domačim poreklom</li> <li>- možnost turistične ponudbe skozi vse leto</li> <li>- razvita raznolika ponudba prenočitvenih zmogljivosti v hotelih, turističnih kmetijah in zasebnih sobah/apartmajih</li> <li>- razvita športna / rekreacijska ponudba: zimski, zeleni športi</li> <li>- rekreacijsko / kulturno zanimivo zaledje</li> <li>- dobro razviti turizem na podeželju oziroma na kmetijah</li> <li>- bogata in raznolika gostinska ponudba</li> <li>- dobro razvito vinogradništvo</li> <li>- urejeno in negovano okolje v mestih in naseljih</li> <li>- utrjena tržne znamka Rogla/Terme</li> <li>- image Slov. Konjic kot urejenega turističnega tranzitnega mesta</li> <li>- prikaz in obujanje tradicionalnih kmečkih opravil (Holcerija, kmečki praznik v Ločah,...)</li> <li>- urejena infrastruktura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- premalo definirana razvojna usmeritev turizma v posameznih občinah</li> <li>- premalo prepoznavna turistična Slovenija, ni razvite tržne znamke POHORJE</li> <li>- ni večjega sodelovanja ponudnikov na širšem območju Pohorja in v regiji</li> <li>- slabe lokalne ceste</li> <li>- pomanjkanje parkirišč</li> <li>- umeščenost Term v bližino stanovanjskega naselja</li> <li>- pomanjkanje možnosti zabave</li> <li>- enoten management</li> <li>- prevelika odvisnost od le enega turističnega produkta (turistični center Terme, Rogla)</li> <li>- pomanjkanje ustrezne izobrazbe in znanj pri nosilcih ponudbe (predvsem s področja marketinga)</li> <li>- premajhna prepoznavnost turističnih produktov</li> <li>- premajhna promocija celovite ponudbe Dravinjske doline</li> <li>- premajhna prilagojenost storitev individualnemu povpraševanju</li> <li>- premajhna angažiranost podjetniškega sektorja v turistični razvoj</li> <li>- premajhno vrednotenje etnografskih in etnoloških posebnosti krajev</li> <li>- upravno - administrativni problemi (zakonodaja)</li> </ul>

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- članstvo Slovenije v EU</li> <li>- zgrajene avtoceste/avtocestni križ v Sloveniji</li> <li>- razvoj celovite turistične ponudbe in tržne znamke Pohorja</li> <li>- večje povezovanje s sosednjimi občinami</li> <li>- organiziranje večjih evropskih in svetovnih smučarskih tekmovanj</li> <li>- priprave znanih športnih reprezentanc na Rogli in v Zrečah</li> <li>- razvoj ponudbe wellnesa – planinske klime in termalne vode z zdravim načinom življenja</li> <li>- razvoj športa, kulture in kulinarike na širšem področju</li> <li>- stalna rast povpraševanja, koncentracija povpraševanja v mestih, rast števila kratkih potovanj v razviti Evropi</li> <li>- hitra rast povpraševanja v Srednji in Vzhodni Evropi</li> <li>- hitra rast povpraševanja po kakovostni in celoviti ponudbi, po pristnem in naravnem</li> <li>- vedno večji trend aktivnih počitnic</li> <li>- naraščajoče zahteve po "okolju prijaznih destinacijah"</li> <li>- prilagajanje programov individualnim potrebam</li> <li>- izraba naravnih in kmetijskih danosti (gozdovi, vinogradništvo, sadjarstvo,..)</li> <li>- povečevanje vključevanja podeželja in tradicionalnih kmečkih in drugih opravil v turistično ponudbo</li> <li>- naravne in kulturne etnološke danosti</li> <li>- intenzivnejša promocija blagovnih znamk turističnih produktov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vremenske težave – npr. pomankanje snega pozimi na Rogli</li> <li>- ekološke nevarnosti</li> <li>- prevelika masovnost turistov/dnevnih obiskovalcev</li> <li>- pomanjkanje kakovostnih kadrov za delo v turizmu</li> <li>- zasičenost prebivalstva s turizmom in turističnim obiskom</li> <li>- kapitalska razdrobitev obstoječe turistične ponudbe v družbi Unior d.d. - Turizem</li> </ul>



#### 4. EKONOMSKI OBSEG TURIZMA

Vodilno turistično podjetje je program turizem v družbi Unior d.d., ki letno doseže 3,6 milijarde SIT celotnega prihodka in zaposluje 417 delavcev. Po teh podatkih se uvršča podjetje med 15 največjih slovenskih turističnih podjetij. Vendar pa smo že prej videli, da se je na celotnem območju razvilo vrsto turističnih gostinskih obratov, ki se uspešno razvijajo. Tako je v občini Zreče še 44 gostinskih obratov, v Slovenskih Konjicah 17 in v Vitanju 6, skupno je v Zrečah več kot 2.400 gostinskih sedežev, po številu zaposlenih v teh obratih pa je tudi v Zrečah zaposlenih 186 oseb, v Slovenskih Konjicah 83 in v Vitanju 16.

Seveda bi k tem podatkom morali dodati še tiste o turistični dejavnosti v okviru vinogradniškega podjetja Zlati Grič, del zaposlenih v trgovini, v drugih storitvenih dejavnostih in na področju kulture ter uprave, ki delajo na turističnih programih.

Po naših ocenah gre na območju 4 občin – Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje za 720 – 800 oseb, ki so zaposlene v turizmu, skupni prihodek, ki so ga ustvarile leta 2002, pa dosega med 5,5 in 6,0 milijard SIT. Morda je ta podatek nekoliko podcenjen, saj ni bolj točnih in preverjenih podatkov o turističnih kmetijah, zasebnih gostinskih lokalih, različnih turističnih animacijskih in rekreacijskih šolah in vodičih, itd. Pri tem je potrebno dodati, da v teh prihodkih ni nobene dejavnosti kot so npr turistične agencije ali igralnice, ki bi prihodek še bolj povečale. Za primerjavo naj navedemo, da je bil prihodek od turizma na Bledu leto poprej okrog 8,5 milijard SIT z bistveno večjim številom nočitev, s turistilnimi agencijami, z igralnico in velikim številom zasebnih ponudnikov. Iz tega lahko zaključimo, da je turizem pomemben vir prihodkov in zaposlitve na turističnem območju, še posebej če pogledamo samo občino Zreče.

Glede na multiplikativne učinke turizma, ki se kažejo v pospeševanju proizvodnje v dejavnostih, ki dobavljajo proizvode in storitve turizmu, in še posebej glede na usmeritev celotnega področja, da zavestno razvija dejavnosti in proizvodnjo, ki je potrebna v turizmu, bi lahko rekli, da znašajo skupni prihodki v turizmu na območju 4 občin okrog 9 milijarde SIT in da dela za potrebe turizma okrog 1.200 oseb.

**Tabela 7: Primerjava poslovanja gostinskih obratov**

Upravna enota	Občina	Hotel	Motel	Hotelsko naselje	Gostišče	Prenočišče	Penzion	Planinski dom	Počitniški dom	Kamp	Turistična kmetija	Apartmajsko naselje	Restavracija	Gostilna	Okrepčevalnica	Slaščičarna	Kavarna	Bar	Priprava in dostava hrane	SKUPAJ	
SLOVENSKE KONJICE	Gostinski obrati in obratovalni čas	skupaj			2						3		2	6	8	1	1	18		41	
		v rednem			1						2		1	3	4	1		6			18
		v podaljšanem			1						1		1	3	4		1	12			23
	Osebe, ki delajo	skupaj			14						6		68	29	17	1	3	48			186
		zaposleni			10						1		68	24	14		2	30			149
		pomagajoči			4						5		5	3	1	1	18				37
	Gostinski sedeži	skupaj			235						164		540	429	314	72	28	630			2.412
		v obratu			195						124		440	309	250	40	28	450			1.836
		zunaj obrata			40						40		100	120	64	32		180			576
	Ocena prihodkov v SIT				65						25		381	157	80		10	193			911
VITANJE	Gostinski obrati in obratovalni čas	skupaj											2	1		2	1			6	
		v rednem												1				1			2
		v podaljšanem												1	1		2				4
	Osebe, ki delajo	skupaj												7	2		6	1			16
		zaposleni												7	1		4	1			13
		pomagajoči													1		2				3
	Gostinski sedeži	skupaj												220	40		120	44			424
		v obratu												140	40		60	24			264
		zunaj obrata												80			60	20			160
	Ocena prihodkov v SIT													42	6		20	6			74
ZREČE	Gostinski obrati in obratovalni čas	skupaj	1		2	1					4		2	2				5		17	
		v rednem												1	1			1			3
		v podaljšan.	1		2	1						4		1	1			4			14
	Osebe, ki delajo	skupaj	7		13	18						6		11	11			17			83
		zaposleni	1		9	18								6	11			9			54
		pomagajoči	6		4						6		5					8			29
	Gostinski sedeži	skupaj	64		262	240					131		232	199				216			1.344
		v obratu	48		172	200					121		100	162				180			983
		zunaj obrata	16		90	40					10		132	37				36			361
	Ocena prihodkov v SIT		18		59	138					25		48	57				70			415

## **5. ANALIZA TURISTIČNEGA TRGA**

### **5.1. Analiza turističnega obiska**

#### **5.1.1. Zreče**

Občina Zreče se ponaša z največjim številom turistov in nočitev na tem območju. V zadnjih nekaj letih je število turistov in njihovih nočitev iz leta v leto naraščalo. V letu 2001 je občino obiskalo 44.772 turistov, ki so opravili 195.901 nočitev, od tega je bilo 31.092 domačih gostov s 127.679 nočitvami. Med tujimi gosti je bilo največ Hrvatov (4087), sledijo Madžari (2.438), Avstrijci (1.766), Nemci (1.649) in Italijani (1.172). Največ nočitev so ustvarili Hrvati (18.818), sledijo Nemci s 13.967 nočitvami ter Madžari (10.043), Avstrijci (8.033) in Italijani (4.426). Med ostalimi tujimi turisti je vredno omeniti še Francoze, Ruse in Čehe.

Po zadnjih statističnih podatkih se je število turistov in nočitev še povečalo, saj je občino v letu 2002 obiskalo skupaj 48.841 turistov, ki je opravilo 216.276 nočitev. Od tega je bilo 32.908 domačih turistov s 141.057 nočitvami in 15.933 tujih turistov s 75.219 zabeleženimi nočitvami.

#### **4.1.2 Slovenske Konjice**

Število turistov in njihovih nočitev v občini Slovenske Konjice zadnjih nekaj let vidno upada. Po podatkih iz leta 2001 je občino obiskalo 3.323 turistov, ki so opravili 5.560 nočitev. Med njimi je bilo 1.701 domačih s 2.181 nočitvami in 1.622 tujih turistov, ki so opravili 3.377 nočitev. Med tujimi gosti jih je največ prišlo iz sosednje Hrvaške (276), sledijo Nemci (260), Madžari (183), Avstrijci (181) in gostje iz Bosne in Hercegovine. Največ nočitev so med tujimi turisti ustvarili Hrvatje (718), sledijo gostje iz Bosne in Hercegovine (482), Nemci (421), Madžari (278) in Avstrijci (243).

Po statističnih podatkih iz leta 2002 se je število turistov še zmanjšalo. Slovenske Konjice je obiskalo 2.784 turistov, od tega 1.397 domačih in 1.387 tujih. Skupaj so zabeležili 4.735 nočitev, 1.735 so jih opravili domači, 3.000 pa tuji gostje.

#### **4.1.3 Gravitirajoče občine: Vojnik, Vitanje, Oplotnica in Dobrna**

V občinah Vojnik in Vitanje so v letu 2002 skupaj zabeležili le 78 turistov in 145 nočitev. Od tega je bilo 31 tujcev, ki je opravilo 84 nočitev. Občina Oplotnica pa je postala samostojna občina šele v letu 2003.

Večji pomen za turizem predstavlja občina Dobrna, ki se je v zadnjih letih razvila v sodobno zdraviliško središče. Po podatkih iz leta 2001 je občino obiskalo 9.090 turistov, ki so opravili 72.060 nočitev. Med njimi je bilo s 50.331 nočitvami 6.780 domačih gostov in 2.310 tujih gostov pri katerih so zabeležili 21.729 nočitev. Med tujimi turisti je bilo daleč največ Nemcev (1.466), ki so opravili 18.457 nočitev. Sledijo jim Italijani (234) s 1.193 nočitvami, Hrvatje (218) z 840 nočitvami in Avstrijci (170), ki so opravili 614 nočitev.

Omeniti je potrebno, da je bil v letu 2001 zabeležen upad števila turistov in nočitev v primerjavi s prejšnjimi leti. Po zadnjih statističnih podatkih - iz leta 2002, so v občini Dobrna zabeležili 11.635 turistov, med njimi 8.687 domačih in 2.948 tujih. Ti so opravili skupaj 83.669 nočitev.

Na splošno lahko rečemo, da približno 66 % turizma na obravnavanem območju predstavljajo domači gostje. Med tujimi turisti je 35 % Nemcev, 22 % vseh gostov predstavljajo Madžari in Hrvatje, sledijo Avstrijci 9,5 % in Italijani s 6 %.

**Tabela 8: Turistični obisk in prenočitve v turistični destinaciji in na širšem območju leta 2000**

Upravna enota občina		SKUPAJ	DOMAČI	TUJI	AVSTRILJA	FRANCIJA	HRVAŠKA	ITALIJA	MADŽARSKA	NEMČIJA
<b>SLOVENIJA</b>	TURISTI	1.957.116	867.567	1.089.549	150.309	22.169	91.286	256.212	30.374	204.003
	PRENOČITVE	6.718.998	3.314.901	3.404.097	526.996	53.300	251.073	650.566	86.175	772.833
<b>SAVINJSKA REGIJA</b>	TURISTI	202.796	131.165	71.631	14.406	929	11.973	16.004	3.349	11.586
	PRENOČITVE	1.005.306	666.505	338.801	77.968	3.132	50.386	80.249	12.761	65.785
<b>SLOVENSKE KONJICE</b>	TURISTI	3.337	1.652	1.685	168	112	269	169	138	313
	PRENOČITVE	5.527	2.162	3.365	214	282	543	514	245	471
<b>VITANJE</b>	TURISTI	23	3	20	2		2			2
	PRENOČITVE	39	3	36	2		4			14
<b>ZREČE</b>	TURISTI	41.481	29.229	12.252	1.625	156	3.853	1.083	2.411	1.328
	PRENOČITVE	187.226	125.874	61.352	7.534	571	18.492	4.671	10.734	11.307

**Tabela 9: Primerjava podatkov med deležem slovenskih zdravilišč Savinjske regije ter deležem vseh gostov in ustvarjenih nočitev v Savinjski regiji (zdraviliški kraji)**

Turisti in prenočitve po državah, občinah in upravnih enotah, **2000 DELEŽ ZDRAVILIŠČ**

Upravna enota	Občina	SKUPAJ	DOMAČI	TUJI	AVSTRIJA	FRANCIJA	HRVAŠKA	ITALIJA	MADŽARSKA	NEMČIJA
<b>SLOVENIJA</b>	TURISTI	1957116	867567	1089549	150309	22169	91286	256212	30374	204003
	PRENOČITVE	6718998	3314901	3404097	526996	53300	251073	650566	86175	772833
<b>SLOVENSKA ZDRAVILIŠČA SKUPAJ</b>	TURISTI	22,1%	32,6%	13,7%	37,5%	4,6%	16,9%	10,9%	9,7%	12,0%
	PRENOČITVE	33,3%	44,7%	22,1%	55,0%	9,4%	19,0%	20,7%	10,6%	23,1%
<b>SAVINJSKA REGIJA Zdravilišča + ostali</b>	TURISTI	202796	131165	71631	14406	929	11973	16004	3349	11586
	PRENOČITVE	1005306	666505	338801	77968	3132	50386	80249	12761	65785
	PRENOČITVE	99,6%	99,9%	99,0%	97,2%	100,0%	89,4%	99,5%	100,0%	99,6%
<b>ZREČE</b>	TURISTI	41481	29229	12252	1625	156	3853	1083	2411	1328
	PRENOČITVE	187226	125874	61352	7534	571	18492	4671	10734	11307
<b>TERME ZREČE</b>	TURISTI	48,1%	42,8%	60,9%	91,2%	54,5%	31,7%	88,1%	64,6%	76,1%
	PRENOČITVE	50,9%	46,4%	60,2%	94,8%	44,1%	26,0%	91,2%	55,2%	88,9%

**VIR INFORMACIJ:** LETNI PREGLED TURIZMA 2000; Statistični urad Republike Slovenije, št. 771/ Ljubljana 2002, Podatki Skupnosti Slovenskih naravnih zdravilišč, G.i.z.

**Tabela 9: Delež zdraviliškega in nezdraviliškega turizma v savinjski regiji**

OBČINE		SKUPAJ domači in tuji gosti			DOMAČI gosti			TUJI gosti		
		ostali	zdravilišča	% nezdraviliškega turizma glede na Savinjsko regijo	ostali	zdravilišča	% nezdraviliškega turizma glede na Savinjsko regijo	ostali	zdravilišča	% nezdraviliškega turizma glede na Savinjsko regijo
SLOVENIJA	TURISTI	1.957.116			867.567			1.089.549		
	PRENOČITVE	6.718.998			3.314.901			3.404.097		
SLOV. ZDRAVILIŠČA	TURISTI		431.971			282.857			149.114	
SKUPAJ	PRENOČITVE		2.235.204			1.483.264			751.940	
Zdravilišča	TURISTI		140.318			96.413			43.905	
Savinjska regija	PRENOČITVE		817.695			559.603			258.092	
Savinjska regija	TURISTI	202.796			131.165			71.631		
skupaj vseh	PRENOČITVE	1.005.306			666.505			338.801		
SLOVENSKE KONJICE	TURISTI	3.337		<b>1,645</b>	1.652		<b>1,259</b>	1.685		<b>2,352</b>
	PRENOČITVE	5.527		<b>0,550</b>	2.162		<b>0,324</b>	3.365		<b>0,993</b>
VITANJE	TURISTI	23		<b>0,011</b>	3		<b>0,002</b>	20		<b>0,028</b>
	PRENOČITVE	39		<b>0,004</b>	3		<b>0,000</b>	36		<b>0,011</b>
ZREČE	TURISTI	41.481	19.968	<b>10,608</b>	29.229	12.503	<b>12,752</b>	12.252	7.465	<b>6,683</b>
	PRENOČITVE	187.226	95.357	<b>9,138</b>	125.874	58.412	<b>10,122</b>	61.352	36.945	<b>7,204</b>

**VIR INFORMACIJ:**

LETNI PREGLED TURIZMA 2000; Statistični urad Republike Slovenije, št. 771/ Ljubljana 2002

## 5.2 Kvalitativna ocena turističnega povpraševanja

Kljub nesporno turistično zanimivem območju in koristim, ki jih turistična ponudba daje obiskovalcem, je razmerje med dejanskim obiskom in možnostmi v precejšnjem razkoraku. Za odpravo tega razkoraka je potrebno podrobneje poznati, kako turistično območje in posamezne dejavnike turistične ponudbe dojemajo obiskovalci, potrošniki turističnih storitev in kdo sploh so. Prav njihovo poznavanje in dojetje turistične ponudbe je nekakšen kažipot, kaj je potrebno kratkoročno pa tudi dolgoročno, v praksi spremeniti.

### Značilnosti turistov, ki obišejo turistično območje:

- **Starostna struktura**

Skladno s pričakovanji, ki jih oblikuje imidž o turistični ponudbi, so obiskovalci celotnega turističnega območja v poprečju osebe v svojem najbolj aktivnem starostnem obdobju, to je:

- med 30. in 40. letom.

Druga velika skupina gostov pa je, kar je značilno predvsem za termalna zdravilišča,

- v starosti nad 60 let.

Ugotavljamo lahko, da je obstoječa turistična ponudba zanimiva predvsem za dve skupini turistov, ki se med seboj zelo razlikujeta po svojih potrebah in navadah, kar bo potrebno še posebej upoštevati pri strukturiranju posameznih storitev (za starejše, za družine z otroki). Hkrati pa je potrebno izrabiti možnosti za pritegnitev doslej manj zastopanih skupin (mladih).

- **Zaposlitvena struktura**

Tako kot je pričakovati na podlagi starostne strukture, so največje skupine turistov iz vrst:

- zaposlenih in samozaposlenih,
- upokojencev,
- študentov in dijakov.

Na podlagi navedene strukture lahko sklepamo tudi, da je sedanja struktura turistična ponudba cenovno zanimiva za skupine srednjega plačilnega razreda. Hkrati pa lahko ugotavljamo, da niso dovolj zkoriščene možnosti za oblikovanje ponudbe z višjo stopnjo dodane vrednosti.

- **Druženje**

Največja skupina obiskovalcev prihaja na turistično območje:

- z družino oz. s partnerji, kar je glede na starostno skupinogostov tudi pričakovati,
- druga skupina paprihaja oz. se druži predvsem s prijatelji ali s poslovnimi gosti.

Dejstvo, da na območje ne prihajajo osebe kot same, čeprav jih je med populacijo upokojencev zelo veliko, mnogo pa jih je tudi v drugih življenjskih obdobjih, lahko



pomeni, da v ponudbi ni dovolj organiziranih družabnih dogodkov oz. možnosti druženja, ali pa da je o teh možnostih premalo informacij.

- **Zvestoba gostov**

Nad polovico vseh gostov prihaja na to območje večkrat, po čemer lahko sklepamo, da so s turistično ponudbo v poprečju zadovoljni.

- **Namen obiska**

Poglavitni namen prihoda na turistično območje je:

- preživljanje počitnic in obisk prijateljev in sorodnikov,
- izobraževanje in posli,
- postanek v tranzitu.

Namen obiska je pretežno povezan z oddihom in manj s koristmi, ki jih lahko nudi prosti čas. Iz tega lahko sklepamo, da turistična ponudba ali informacija o njej, ne vsebuje dovolj prepoznavnih storitev, ki bi nasprepričale o koristih npr. za zdrav način življenja, dobro fizično in psihično počutje, izboljšanje videza, spoznavanje skrivnosti narave, učenje, psihično sprostitev itd.

- **Odločujoči motiv za obisk**

Prav iz prevladujočih motivov za obisk lahko sklepamo po čem je turistična ponudba območja pravzaprav znana oz. cenjena in kaj ostaja v njej še neodkrito in neizkoriščeno. Na podlagi naslednjih odločujočih motivov za odločitev za preživljanje počitnic na tem območju, ki so predvsem:

- naravne lepote,
- mir, počitek,
- zdravstvene storitve,
- cene,
- rekreacija,

izhaja, da je na področju oblikovanja turističnih produktov, ki bi dajali prednosti koristim iz cenjenega naravnega okolja, še veliko možnosti. Poudarek na naravnih lepotah, miru in počitku, ki so prevladujoč motiv obiska, je pravzaprav v razkoraku ne le z obstoječo turistično ponudbo, ampak tudi s hotenji in dejanskimi možnostmi zavečjo stopnjo donosnosti turizma.

- **Ocena elementov turistične ponudbe**

Na podlagi ugotovitve o več kot 50% povratnem obisku, je jasno, da so sedanji obiskovalci zadovoljni z obstoječo turistično ponudbo. Skoraj vse elemente turistične ponudbe namreč ocenjujejo kot pravdobre (informiranost, prireditve rekreacija, mir in tišina, cena/kakovost čistoča, kakovost okolja, kulturni in naravni spomeniki, primernost za družinske počitnic, kakovost gostinstva). Še bolje ocenjujejo gostoljubnost prebivalstva in varnost. Nekoliko slabša pa je njihova ocena kakovosti cest in lokalnega prometa.

Glede na to, da noben element turistične ponudbe na območju ne dosega najvišje ocene, pomeni, da se sedanje skupine gostov, ob povečani konkurenčnosti podobnih območij, zlahka odločijo za obisk drugih oz. novih destinacij.

- **Način prihoda, prevoza**

Večina turistov se nacilj svojega potovanja ali izleta pripelje z:

- osebnim avtomobilom, kombijem,
- avtodomom,
- avtobusom.

Zato je tudi razumljiva manjša zadovoljnost gostov s kakovostjo cest in lokalnega prometa. Ker pa vlaganja v cestno in ostalo prometno infrastrukturo zahtevajo znantna finančna sredstva, kaže sedanje probleme omiliti na različne načine (npr. prevoze z lokalnimi minibusi, kombiji ipd, kar bi ustrezalo sedanji strukturi gostov).

## 6. CILNA TRŽIŠČA, TRŽNO POZICIONIRANJE IN USP

### 6.1. Ciljna tržišča

Obstoječe naravne danosti, turistična infrastruktura na tem območju in kadri omogočajo, praktično brez večjih vlaganj ohranjanje sedanjih trgov in bližnjih tržišč.

- **Za ohranjanje doseženega je potrebno:**

- turistično ponudbo celotnega območja med seboj povezati in organizirati v delujoče programe, ki poudarjajo naravnost in koristnost aktivnosti za:

- Zdravje (lajšanje zdravstvenih težav, preventiva)
- Dobro počutje (psihično in telesno, lepotni posegi, lepotičenje, rekreacija (glede na starost, fizične zmogljivosti, interese), k čemur je potrebno dodati še možnost spoznavanja narave, učenja in predvsem druženja.

Vsi programi pa morajo biti izpeljani tako, da so aktivnosti koristni tako za turista kot za ponudnika.

- poenotiti turistične informacije in celotno promocijsko aktivnost na podlagi predstavitve in pospeševanja prodaje programov, ki so primerni za posamezne trge, na podlagi njihove koristnosti za uporabnika.

Še posebej je potrebno prirediti programe za mlade obiskovalce v povezavi s koristnostjo zdravnih klimatskih učinkov za zdravje,

- stalno izboljševati kakovost storitev in jo prilagajati potrebam in navadam različnih skupin gostov (trgov).

- **Novi trgi in tržišča**

Podlaga za pridobivanje novih trgov in tržišč je v izrabi prednosti območja oz. danosti in posebnosti, ki jih nimajo sorodni produkti.

Izhajajoč iz neizkoriščenih potencialov oz. iz priložnosti za razvoj turistične ponudbe in turističnega povpraševanja po produktih, ki so povezani s koristnostjo sobivanja z naravo in izrabo naravnih učinkovin za krepitev zdravja, pa tudi po zdravstvenih oz. lepilnih produktih, so možnosti za:

- povečanje števila trgov v tujini, predvsem v bližnjih državah EU, predvsem na podlagi specifičnih programov (zdravstva, estetike, kulinarike, športa, rekreacije z izrabo klimatskih zdravnih lastnosti) za posamezne tržne niše, še posebej za mlade in otroke oz. družine iz bližnjih pa tudi oddaljenejših večjih mest.
- povečanje trga domačih turistov, vseh starostnih obdobj, na podlagi večje diferenciacije produktov in njihove strukturiranosti glede na različne potrebe in navade gostov (npr. za aktivne in za pasivne itd.).

Novih trgov pa ne bo mogoče pridobiti brez izrazitejšje usmerjenosti v razpoznavnost produktov, v njihovo prilagajanje potrošnikovim pričakovanjem in potrebam ter brez ustrezne podpore v tržem komuniciranju celotnega območja.

## 6.2. Tržna diferenciacija

Inventarizacija in evaluacija elementov sedanje turistične ponudbe, kažeta na precejšnjo podobnost strukture turističnih produktov kot tudi vsebine njihovega promoviranja z ostalimi zdraviliškimi območji oz. s produkti, ki izhajajo iz prednosti naravnega okolja. Tako se namesto poudarjanja različnosti oz. posebnosti, tako pri oblikovanju produktov kot v tržnem komuniciranju, uporabljajo imena in značilnosti produktov, kot npr. »wellness«, ki jih imajo tudi druga območja. Na ta način se med območji povečuje konkurenca, katere osnova niso vrsta in kakovost storitev, ki so značilna za posamezno območje, ampak npr. cena, tradicija, ipd.

Inventarizacija in evaluacija turističnih potencialov pa dokazujeta, da je območje kot celota lahko v ponudbi povsem specifično in privlačno.

- Da bi se lahko izdvojilo iz poprečja podobnih območij je potrebno oblikovati turistične produkte na naslednjih prvinah:
  - zdrava in zdravilna klima (gozd, nadmorska višina, itd, oz. ugotovljeni zdravilni faktorji
  - zdrava in zdravilna voda (indikatorji in specializirane zdravstvene storitve)
  - ohranjeno naravno okolje ( pridelava hrane, domačnost + kakovost)
  - gostoljubnost (prebivalstva, gostincev in kmetov)
  - sproščenost (sobivanje z naravnim okoljem in ljudmi)
  - lahkotnost (nezahtevnost, vendar organiziranost rekreativnih aktivnosti, prijazno do otrok)
  - družabnost (možnost biti sam, ne pa osamljen)
  - dostopnost (blizu, odprtost, mobilnost, nenapornost) celo leto
  - cenovna dostopnost
  - koristnost (za psihofizično počutje, ohranjanja vitalnosti, spoznavanja narave, učenja itd.).

Splet posameznih prvin je odvisen od produkta oziroma od trga. Vsekakor pa je skupni imenovalec naštetim prvinam :

- **kakovost naravnih izvirov in virov za prijazno pot do vitalnosti, leto in dan, s skrbjo za vsakogar posebej, v okolju zelenih dolin in gozdnatih planin .**

Poleg poudarjanja darov narave je potrebno, zaradi zaupanja v produkte, poudarjati strokovnost in organiziranost (skrb za vsakogar posebej). Ne nazadnje je prav to

podlaga za oblikovanje produktov z višjo stopnjo dodane vrednosti, na čemer mora temeljiti tudi celoten razvoj turizma.

Glede na značilno raznovrstnost ponudb, povezanih z naravnimi faktorji, in ciljev po celoletnem turizmu, kaže poleg koristnosti storitev (vitalnost) za vse vrste obiskovalcev poudarjati tudi dostopnost cen, ki morajo prepletati cenovno zelo dostopne (raznovrstne možnosti in ugodnosti) s cenovno zahtevnimi programi.

Temu cilju je podrejeno tudi poudarjanje lahкости (ne ekstremnih naporov), (prijaznost) dostopnosti programov rekreacije in ponudb. Iz tega izhaja tudi poudarek značilnosti lokacije (zelenih dolin in gozdnatih planin).

Množica elementov turistične ponudbe, ki omogoča razlikovanje od drugih sorodnih ponudb je v tem primeru lahko zagotovljena le na širšem območju. Kar z drugimi besedami pomeni, da je konkurenčnost možno vzpostaviti le na podlagi večjega števila različnih produktov in ponudb na določenem zaokroženem območju, tako da lahko vsakdo najde sebi primerno možnost za zadovoljitev svojih rekerativnih ali drugih potreb.

EksPLICITNO lahko ocenimo, da glede na sedanjo in ciljno začrtano ponudb, na razvojne omejitve in konkurenco, da **tržna pozicija ponudbe tega širšega območja** pokriva pričakovanja:

- srednje nižje in srednje višje plačilno sposobniht povpraševalcev,
- obiskovalcev srednje, višje in visoke izobrazbe,
- ljubiteljev naravnega, pristnega (neizumetničenega, ne tipično turističnega, uvoženega),
- skupin vseh starostnih obdobj, vendar največ družin oz.parov ali prijateljev,
- aktivnega oddiha, pridobivanja vitalnosti, vendar tudi mirnega bivanja v naravi
- koristnosti, še posebej za otroke (zdravje+poznavanje),ohranjanje vitalnosti
- različnosti (kulture, ljudi, krajine),
- pridobivanja ponujenih koristi v kar se da kratkem obdobju.

Ciljni tržni segmenti glede na tip turistov/obiskovalcev so:

- **tržišče počitniških, stacionarnih obiskovalcev-turistov:** za progarme odkrivanja narave, zdravja, športa in rekreacije
- **tržišče dnevnih gostov in izletnikov** za programe odkrivanja narave, kulture, prireditev, športa, zabave in kulture,
- **tržišče krožnih potovanj** za programe odkrivanja, kulture, wining&dining, zabave, prireditev in kulture

### 6.3. Pozicioniranje in USP

Primarna tržišča turistične destinacije ROGLA so v Sloveniji in v turistično emitivnih državah nove Evrope, Italije, Beneluksa, Anglije in Skandinavije ter v tradicionalnih državah - Avstriji in Nemčiji.

Za uspešen tržni nastop je potrebno jasno opredeliti pozicijo turistične ponudbe destinacije ROGLA glede na svojo konkurenco, zato smo poiskali attribute za naslednje tri vrednostne sklope:

- Ponudbo turistične destinacije ROGLA enoznačno opredeljujejo bogati naravni zdravilni faktorji, skupaj s programi zdravega fizičnega življenja, medicinskega znanja in zdrave prehrane
- Ponudba turistične destinacije ROGLA se odločilno razlikuje od konkurence zaradi velike koncentracije bogatih programov na majhnem prostoru, zaradi urejene kulturne krajine in lahke dostopnosti
- Gost pridobi s ponudbo turistične destinacije ROGLA del fizičnega in duševnega zdravja in sproščenosti, možnost odkrivanja narave in avtohtonega okolja, navad in kulture

**USP – unique selling proposition** – enkratno prodajno priložnost turistične destinacije ROGLA lahko opredelimo z naslednjimi atributi:

- unikum: koncentracija zdravilnih naravnih faktorjev in znanja
- specializacija ponudbe: aktivno do zdravega življenja
- narava: Pohorje – krajinski park
- izdelek: jabolko, borovnica, grozd
- prireditev: praznik narave – cvetja, plodov narave in življenja
- simbol: še ni opredeljenega enotnega simbola

## **7. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA TURISTIČNE DESTINACIJE ROGLA**

### **7.1. Turizem kot strategija trajnostnega razvoja v prostoru**

Turizem je pomemben civilizacijski dosežek sodobnega časa in eden temeljnih ekonomskih faktorjev razvoja. Vse države, ne glede na ekonomsko razvitost, politično usmerjenost in kulturno različnost, poudarjajo razvoj turizma kot svojo strateško razvojno usmeritev.

Turizem v Sloveniji in savinjski regiji predstavlja pomembno gospodarsko dejavnost. Položaj slovenskega turizma je mogoče opisati s štirimi temeljnimi podatki: »predstavlja okoli desetino BDP, zaposluje okoli desetino vseh zaposlenih, prinaša desetino slovenskega izvoza blaga in storitev ter prispeva okoli desetino deviznega priliva v okviru tekočega dela plačilne bilance«. Turistično gospodarstvo predstavlja pomemben povezovalni člen med vsemi gospodarskimi dejavnostmi. Tako ima turizem enega največjih panožnih multiplikatorjev, zato pomembno povečuje ekonomsko vrednost naravne in kulturne dediščine ter s tem omogoča povečanje družbene blaginje. Zaradi tako velikega multiplikatorja turizem pomembno pospešuje regionalni razvoj. V regionalnih razvojnih projektih in snovanju novih razvojnih vzorcev v lokalnih okoljih je tako nujno dajati razvoju turizma pomemben poudarek.

Novi razvojni vzorci slovenskega turizma temelje na podjetništvu, tržno marketinškemu pristopu, usmerjanju v tržne niše in na najpomembnejše konkurenčne prednosti, na sodelovanju ter skupnem in projektnem pristopu. V obdobju 2002-2006, ki pomeni prehod slovenskega gospodarstva v EU, je potrebno posebej poudariti podjetniški pristop in kapitalsko moč, ki sta bila v obdobju 1991-2001 relativno zapostavljeni.

Strategija slovenskega turizma 2002 do 2006 ima državno dimenzijo in določa smernice razvoja celotnega slovenskega turističnega gospodarstva v definiranem obdobju. V temeljne razvojne usmeritve slovenskega turizma štejejo eksplicitno Obala, Kras, območje Julijskih Alp, Pohorje-Maribor in nekateri nacionalni turistični programi: zimski športi, wellness, kongersna in poslovna dejavnost in igralništvo. Slovenska strategija se ne omejuje le na ta prednostna območja, ki imajo velik turistični potencial in izjemne razvojne možnosti, strategija ocenjuje, da ima realne možnosti za razvoj turizma tudi slovensko podeželje in mesta z zaledjem. Potrjuje splošno oceno, da je za Slovenijo turizem pomembna poslovna priložnost in bo v naslednjih letih postal ena od vodilnih panog slovenskega gospodarstva.

V Savinjski statistični subregiji je turizem že dalj časa ena od razvojno strateških usmeritev v občinskih strategijah. Iz že izdelanih študij je mogoče povzeti, da ima razvito turistično infrastrukturo in je po nastanitvenih kapacitetah na tretjem mestu v Sloveniji. Vrsta podatkov o stanju turizma v Svinjski regiji govori torej o relativni razvitosti turizma na tem področju, čeprav so evidenčne tudi številne slabosti.

Oblikovanje vizije in smeri prihodnjega razvoja turizma na zaokroženem turističnem, območju temelji na principih trajnostnega razvoja – ravnotežja med naravnim, ekonomskim in socialnim okoljem. Pri tem gre poudariti pomen uvajanja trajnostnih indikatorjev in indikatorjev konkurenčnosti turistične destinacije, tako v naravnem okolju kot tudi pri samih ponudnikih turističnih proizvodov in storitev. Uvajanje okoljskih standardov, blagovnih znamk in indikatorjev trajnostnega razvoja in konkurenčnosti je odločilnega pomena tudi za uveljavljanje imidža turistične destinacije ROGLA, ki temelji ravno na naravi in naravnih zdravilnih faktorjev, ki jih je zato potrebno še toliko bolj negovati.

## **7.2. Mesto turistične destinacije ROGLA v strategiji slovenskega turizma 2002-2006**

Turistična destinacija ROGLA ima v slovenski strategiji razvoja turizma več opornih točk. Najprej je TD ROGLA del ene osrednjih slovenskih turističnih destinacij – Pohorja. Nadalje je v okviru programskih prioritete Slovenije izdvojen program zimskih športov nato wellnessa in 3E, kar vse sestavlja tudi osrednjo programsko usmeritev TD ROGLA.

## **7.3. Vizija razvoja turistične destinacije ROGLA**

Vizija razvoja turizma na območju 4 občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje je:

**»Razviti enotno prepoznavno turistično destinacijo ROGLA, ki bo optimalno izkoristila bogate naravne zdravilne vire, zanje, gostoljubje in kulturno krajino in jih oblikovala v enkratno ponudbo za zadovoljevanje potreb v prostem času, ki bo omogočila nadaljni gospodarski razvoj območja, zaposlovanje, višjo življenjsko raven tega območja in njen nadaljnji gospodarski in socialni razvoj.«**



## 8. SMERI IN PROGRAMI STRATEŠKEGA RAZVOJA TURIZMA

Glavni nosilec razvoja turizma Unior d.d. – Turizem je že v preteklosti spoznal in tudi pospeševal razvoj drugih ponudb in ponudnikov na širšem območju, saj se je zavedal pomena raznolikosti ponudbe in enakomernega turističnega in gospodarskega razvoja celotnega območja. Tako so na območju turistične destinacije številni manjši družinski hoteli, turistične kmetije, kakovostne restavracije in gostilne in ponudniki drobnih programov rekreacije, animacije, .... Te razvojne stalnice so tudi sestavni del celovitega programa razvoja turistične destinacije ROGLA, ki jo sestavljajo 4 občine: Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje.

Eno osrednjih mest tega celovitega razvojnega programa turistične destinacije je kvalitativni razvoj turistične in za turizem pomembne **infrastrukture**. V ta segment gre brez dvoma uvrstiti urejanje prometa. Urejanje cestnega prometa, gradnja garaž, urejanje prometne infrastrukture na vinski turistični cesti, postavitve neprometne – turistične signalizacije so sestavni del uspešnega turističnega razvoja.

Zelo pomemben del celovitega turističnega programa turistične destinacije predstavljajo **turistične kapacitete in programi**. V prvi vrsti gre za zaokrožitev turističnih kapacitet na lokaciji term v Zrečah in za razvoj turističnega naselja meščanskih zidanic ter za razvoj manjših družinskih obratov. Med programi so v ospredju programi alpskega wellnesa, programi rekreacije in programi, ki povezujejo celotno destinacijo: kolesarske poti, pohodne in druge tematske poti. Morda še bolj pomemben del celovitega programa pa je razvoj programov prireditev s tradicionalno vpetostjo v okolje, ki je poimenovan »doživetje na podeželju«. Gre za zelo raznolik splet programov in prireditev od holcarije do kmečkega praznika, vinske trgateve, festivala folklorne in festivala karnevalskih mest.

Že prej smo poudarili vse večji pomen, ki ga v ponudbi pridobiva, **kakovost in kultura** preživljanja prostega časa. V tem okviru gre brez dvoma za pomemben kvalitativni razvojni korak pri komplementarnem urejanju turistične ponudbe z vinskimi turističnimi cestami, vinsko kletjo in zidanicami, z vrhunskimi vini in nadaljnja gradnja golf igrišča med vinogradi v Slovenskih Konjicah.

Zelo pomembno je razvijati odnos do okolja, negovati **kulturno krajino** in njeno raznolikost vključevati kot del bogate turistične ponudbe, razvijati in oživljati kulturne in zgodovinske spomenike v okviru turizma in turistične ponudbe na celotnem območju Zreč, Slovenskih Konjic, Oplotnice in Vitanja.

Načrtovalci turističnega razvoja in nosilci turistične ponudbe se zavedajo, da kakovostne turistične ponudbe ni brez usposobljenih kadrov v turizmu in pozitivno razmišljujočega okolja z gostoljubnostjo in podjetniškimi motivi. Zato je v celovitem programu dano posebno mesto tudi **informiranju, izobraževanju in usposabljanju**.

## 8.1. Značilni turistični produkti

Izhajajoč iz naravnih in drugih turističnih potencialov zaokroženega turističnega območja in upoštevajoč turistično povpraševanje ter konkurenco, je smotrno oblikovati naslednje turistične produkte:

- »Izviri zdravja«
- »Viri vitalnosti«
- »Misliti in živeti z naravo«

- **»Izviri zdravja«**

Produkt zajema ponudbe zdravstvenih storitev na podlagi zsravilnih indikacij naravnih zdravilnih faktorjev:

- termalne vode
- klime
- naravnega, čistega okolja (pitna voda)

Produkt bi moral, upoštevajoč dejansko in ciljno strukturo gostov, vsebovati storitve mehke (soft) in medicinske (hard) narave. Poudarjati bi moral koristne učinke tretmajev oz. aktivnosti in prednosti (pred drugimi podobnimi storitvami), ki so lahko izjemne zaradi naravnih učinkovin, visoke profesionalnosti medicinskega osebja, časovne, finančne, ipd.

Poleg zdravilnih lastnosti voda, bi kazalo v večji meri izrabiti priložnosti, ki jih nudijo klimatske razmere, in sicer v zdravstvene namene (npr. klinika za otroke s dihalnimi težavami, ki so v večjih mestih vedno bolj pogoste). Pri tem je potrebno poudariti tudi prednost lepega, sončnega vremena oz. podnebja, ki v hribovitem svetu ni pogosto.

Produkt bi se moral osredotočiti na kombinacijo vseh treh faktorjev, s čimer bi dosegel svojo specifičnost in prepoznavnost.

Strukturiranje ponudb na tej podlagi zahteva ustvarjanje bivalnih okolij, v katerih se turist ne počuti kot bolnik, ki pa hkrati na vsakem koraku čuti vodeno skrb zanj. Nujno je ločevanje storitev oz. ne srečevanje oseb z zdravstvenimi težavami in zdravimi. To je še posebej pomembno, če želimo v zdravilišča pritegniti mlajšo populacijo oz. okrepiti storitve za preventivo ali lepoto.

Prilagoditev obstoječih ponudb novemu povpraševanju ne zahteva visokih gradbenih investicijskih stroškov, ampak predvsem v stalno obnavljanje naprav in v dobro organizacijo ter kakovost storitev (v znanje oz. človeški kapital). Bivanje ni nujno v zdraviliškem hotelu, ampak je lahko organizirano v bližnji okolici, s čimer po eni strani dosegamo enakomernejši turistični razvoj, po drugi strani pa tudi večjo soodvisnost vseh ponudnikov in s tem večjo skrb za razvoj.

Ekonomski, okoljski in socialni razlogi, na katerih temelji razvoj turizma, narekujejo, da zdravilišča oz. zdraviliške storitve postanejo neke vrste infrastruktura celotnega turističnega območja.

- **»Viri vitalnosti«**

Produkt zajema ponudbe preventive in krepitve zdravja ter »oblikovanja telesa«, poudarek pa mora biti dan skrbi za dobro psihično počutje. Prav ta slednji vidik je v zdraviliških precej neprepoznaven oz. so storitve na tem področju preveč poenostavljene in prepuščene posnemanju posameznih vzhodnjaških metod, ki niso dovolj prilagojene potrebam po odpravljanju stresov, na podlagi različnih povzročiteljev.

Za pripravo ponudb bi bila primerna izraba predvsem naslednjih možnosti:

- rekreativni programi z izrabo naravnih učinkovin, povezani z vodenimi aktivnostmi v prostoru in v naravi,
- duševno sprostitveni programi za različne potrebe oz. stresna stanja in s tem povezane storitve za posameznike in skupine (tudi za otroke),
- specifični samostojni lepotilni programi (enostavnejši in medicinsko bolj zahtevni), ki zahtevajo individualno obravnavo ves čas trajanja tretmaja in tudi v načinu bivanja.

Oblikovanje ponudb oz. programov v okviru tega produkta ne zahteva angažiranja velikih investicijskih sredstev, pač pa dobro organizacijo programov, ki morajo zagotavljati preverljive rezultate. Produkt parvzaprav izhaja iz možnosti izrabe naravnih danosti v kombinaciji z znanjem in visoko usposobljenostjo kadrov.

- **»Misliti in živeti z naravo«**

Pri tem produktu gre za sklop turističnih poti, ki vključujejo:

- sodobnost in davnino (doživetje človekovega kulturnega okolja od davnine do danes).

Gre za obisk prireditvev, kulturnih in zgodovinskih znamenitosti, sakralnih objektov. Pri tem gre poudariti, da se je potrebno izogibati t. Im. »prireditvam za turiste«. To so prireditve, ki nimajo z dejanskim življenjem v kraju nobene zveze. Ko pa gre za prireditve z etnološko vsebino, jih treba organizirati tako, da obiskovalci niso le gledalci, ampak so v njih aktivno udeleženi.

- bivanje na kmetijah (turističnih kmetijah), ki vključuje lastne aktivnosti in ponudbo celotnega območja.

Pri tem je potrebno ločevati ponudbo bivanja v zasebnih sobah od ponudbe kmečkih gospodarstev, ki nudijo poleg nastanitve in prehrane tudi možnosti različnih aktivnosti (veščine v pripravi domačih jedi, kmečkih opravil, nabiranje in obiranje sadežev ipd.),

- doživljanje narave

Gre za aktivnosti, ki so povezane s spoznavanjem naravnih atraktivnosti in učenju o okolju (poznavanje drevesnih vrst, rastlinstva in živalstva, kamnin, voda, orientacije in

preživetja v naravi). Programi morajo biti vodeni podjetniško oz. tako, da so obiskovalci motivirani ne le za ogled, ampak tudi za nakup izdelkov predmetov, ki so v ta pripravljeni (fotoalbumov navedenih znamenitost, tipični pridelki kmetij ipd.) pa tudi izrabe možnosti organiziranega programa »preživetja v naravi«. Še posebej zato, ker območje nudi turistično še neodkrite predele,

V ta sklop sodijo tudi vinske oz. kulinarične poti, ki vodijo do turističnih in izletniških kmetij ter vinotočev.

Za obstoj tega produkta je nujno zagotoviti dejansko vodeno funkcioniranje vseh programov, ki lahko predstavljajo samostojno ali pa komplementarno ponudbo drugih produktov

- šport

Pri tem so mišljene športne aktivnosti kot smučanje, golf ,jahanje, lokostrelstvo, zmajarstvo, kot tudi športni treningi. Ti programi funkcionirajo kot samostojne ponudbe, kar pomeni, da so zdravstvene in druge rekreativne storitve pri tem le spremljevalnega pomena.

Glede na strukturo obiskovalcev (tudi potencialnih) bi morali vsi navedeni programi vsebovati lažjo in zahtevnejšo izvedbo ter urejen **dostop** v obliki označenih:

- pešpoti,
- kolesarskih stez,
- planinskih poti,
- jahalnih poti,
- botaničnih poti ipd.

## 9. STRATEŠKI CILJI RAZVOJA TURIZMA

Oprelitev, da bo razvoj turistične destinacije ROGLA temeljil na trajnostnih principih, pomeni, da bo prihodnji razvoj poenotil najprej kvalitativni razvoj in nato še kvantitativni. Vsakršno povečanje turističnega prometa in predvsem ekonomskih učinkov iz te dejavnosti pa zahtevata precejšnja vlaganja tako v razvoj osnovne dejavnosti, kot v komunalno in ostalo turistično infrastrukturo. Ekonomski in socialni cilji razvoja turizma so naslednji:

- **razvoj konkurenčnih produktov** z izrabo naravnih danosti in doseženih prednosti ter na podlagi povečanja dodane vrednosti,
- **povezanost ponube na zaokroženem območju**, na podlagi partnerskega sodelovanja za razvoj turizma zainteresiranih gospodarskih dejavnikov in javnega sektorja, še posebej občin,
- **povečanje razpoznavnosti z izrabo** posebnosti in na tej podlagi izgradnjo krovne blagovne znamke ROGLA ter posameznih blagovnih znamk produktov in storitev,
- **povečanje povpraševanja**, na podlagi povečanje kakovosti in z izgradnjo dodatnih zmogljivosti ter ustrezne infrastrukture, kakor tudi na podlagi smotrnejše in učinkovitejše informativne in promocijske oziroma celotne tržne dejavnosti z usmeritvijo na posamezne trge in tržne niše na domačem in na tujem tržišču,
- **enakomeren in sonaravni razvoj celotnega območja**, z namenom omogočanja rabe celotnega prostora za razvoj s turizmom povezanih gospodarskih in drugih dejavnosti ter ohranjanja in varovanja naravne in kulturne dediščine s spodbujanjem ustvarjalnosti in različnih aktivnosti,
- **več znanja in ustrenejša izraba človeškega kapitala**, na podlagi spodbujanja usposabljanja in pridobivanja novih znanj ter na podlagi vodenja evidenc znanja in sposobnosti zaposlenih, zaradi boljše izrabe in stimulacije kadrov, kakor tudi zaradi kadrovske omejitve in tržnih zahtev po razvoju kakovosti storitev ter visoke stopnje dodane vrednosti,
- **smotrna in učinkovita organiziranost informacijske podpore promociji in prodaji**, ki sloni na koncentraciji znanja in delitvi dela ter pristojnosti posameznih služb zasebnega in javnega sektorja ter izhaja iz potrebe po sodobnem načinu komuniciranja in prilagajanja povpraševanju posameznih trgov, ki se vedno bolj individualizirajo pri izboru ponudb, ki so na voljo na svetovnem medmrežju.

Poleg teh ciljev pa so strateški cilji razvoja turizma še:

- razvoj nastanitvenih kapacitet do skupaj 2.500-3.000 ležišč,
- dograditev športnih in rekreativnih kapacitet za zimo in poletje na Rogli,
- dograditev termalnih in vodnih kapacitet v Zrečah,
- razvoj gorskega wellness programa na Rogli
- razvoj blagovne znamke ROGLA
- razvoj blagovne znamke proizvodov »ROGLA - izvorno in naravno«,
- doseči 350.000 turističnih nočitev in obisk 70.000 turistov,
- doseči obisk 500.000 dnevnih gostov,
- doseči 12 mlrd sit celotnega prihodka direktno, oziroma 18 mlrd sit celotnega prihodka (direktno in indirektno z multiplikatorjem) iz turizma v primerjavi s 6 mlrd SIT iz leta 2002
- porast povprečne dnevne potrošnje od 70 eur na najmanj 100 eur na gosta na dan
- nadaljnja rast donosnosti kapitala in konkurenčnosti
- rast zaposlovanja v turizmu, porast števila zaposlenih na 1.350 oseb oziroma okrog 2.000 skupaj z multiplikatorjem
- porast celotnega prihodka na zaposlenega na 10-12 mio sit
- utrditi mednarodni ugled turistične destinacije ROGLA

Uresničitev teh razvojnih ciljev bi trajala okrog 5-7 let, vsekakor pa ne dlje kot do leta 2015.

## **10. IZBOR KLJUČNIH PROJEKTOV ZA REALIZACIJO STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA**

### **10.1. Predlog izbora ključnih projektov**

Za doseganje zastavljenih razvojnih oziroma tržnih ciljev je potrebno zastaviti in postopno izpeljati naslednje programe:

1. **investicije v predvideno turistično infrastrukturo**, ki zajema izgradnjo prenočitvenih zmogljivosti in sicer:
  - mladinski hotel (klimatsko zdravilišče) na Rogli,
  - nov hotel Terme Zreče,
  - dopolnilna izgradnja hotela Smogavc,
  - izgradnja apartmaja Konjice,
  - izgradnja, ureditev prostorov za sprostitvev (wellness),
  - izgradnja poslovnega centra,
  - ureditev objekta (hotela) za male živali.
  
2. **investicije športno turistično infrastrukturo**, ki se nananšajo na:
  - zimsko- letni tobogan na Rogli,
  - wellness center na Rogli,
  - štirisedežnica Planja na Rogli,
  - golf igrišče (2x9 lukenj),
  - tematske poti,
  - kolesarske steze.
  
3. **investicije za izrabo naravne in kulturne dediščine v turizmu** in sicer:
  - revitalizacija staromeščanskih zidanic,
  - obnova Žičke kartuzije in ureditev kartuzijanskega zeliščnega vrta ter ureditev prostorov za predelavo zelišč,
  - izgradnja objekta za predelavo sadja iz starih (avtohtonih ) sort.
  
4. **investicije v prometno in okoljsko infrastrukturo kot:**
  - garažna hiša na Rogli
  - garažna hiša Terme Zreče,
  - vinsko turistično pot Škalce,
  - polnitev vode in vzreja rib »Cangarjevi ribniki«,
  
5. **priprava in izvedba programov informiranja in trženja s poudrkom na:**
  - ureditvi informacijskih točk,
  - vpeljavi informacijske tehnologije,
  - razvoju in uveljavitvi skupne tržne in blagovne znamke območja,
  - razvoju in uveljavitvi blagovne znamke ROGLA in drugih blagovnih znamk,
  - vzpostavitvi informativnih in tržnih komunikacijskih poti ter sredstev,
  - vzpostavitev sistema označevanja turističnih poti in znamenitosti.

**6. vzpostavitev upravljanja (managementa) turističnega območja (destinacije), ki zajema:**

- organizacijo skupnega upravljanja z izrabo obstoječih kadrovskih in drugih virov,
- usmerjanje trgov in upravljanje s turističnim povpraševanjem na območju,
- utrjevanje lokalne povezanosti,
- usmerjanje razvoja ponudbe.

**7. usmeritev v skrb za človeški kapital, s poudarkom na:**

- vzpostavitvi evidenc znanj in sposobnosti obstoječih kadrov,
- organiziranju stalnega dopolnjevanja znanj in usposobljenosti,
- organiziranju programov za pridobivanje specialnih znanj za potrebe vodenja turistov, animacije, sprostitve ipd.
- stimuliranju in ustrezni izrabi znanja.

Izvedba naštetih programov sama po sebi narekuje čimprejšnjo vzpostavitev upravljanja turističnega območja, ne le zaradi usklajevanja aktivnosti različnih subjektov javnega in zasebnega sektorja, marveč tudi zaradi učinkovitejšega načina pridobivanja finančnih virov za realizacijo naložb.

### **10.2. Investicijska vrednost in prispevek predlaganih ključnih razvojnih projektov k realizaciji strateških ciljev razvoja turizma**

Predlagane investicije dosegajo po grobi oceni okrog 8 milijard SIT. Učinek teh investicij bi bilo povečanje števila nočitev za dobrih 50%, kar bi ob večji dnevni popotrošnji prinesle dodatno okrog 4 milijarde SIT celotnega prihodka ter okrog 220 novih delovnih mest.

### **10.3. Vpetost razvojnih projektov v slovenski in mednarodni prostor**

Predlagani projekti zasledujejo in prispevajo k uresničevanju slovenskih razvojnih ciljev in se vključujejo v mednarodne programe. Pri tem gre še posebej poudariti razvoj turistične infrastrukture, turističnega informiranja, razvoja blagovnih znamk, upravljanja z okoljem in kakovostjo in razvoj novih turističnih programov, po katerih povpraševanje narašča.



## **11. OSNOVNI UKREPI ZA REALIZACIJO STRATEŠKIH RAZVOJNIH CILJEV TURIZMA**

Ustvarjanje pogojev za razvoj celovite turistične ponudbe celotnega območja z ustrežno blagovno znamko, oz. doseganje strateških ciljev, zahteva določene aktivnosti, ki jih glede na svojo vlogo in pristojnosti, lahko uvedejo in izpeljejo posamezni subjekti v javnem in v zasebnem sektorju.

Za uresničitev razvojne vizije mora predvsem javni sektor omogočiti pogoje, da lahko zasebni sektor učinkovito investira in s čim manjšimi riziki uresničuje materialne razvojne cilje z vsemi multiplikativnimi učinki.

Tako ocenjujemo, da morajo občine Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje strategijo razvoja turizma :

- Sprejeti, upoštevaje konsenz političnih strank, poslovnih subjektov in prebivalcev
- uskladiti program aktivnosti občin na področju pospeševanja turizma, za kar obstaja podlaga v strateških ciljih, pomeni pa veliko spodbudo ostalim dejavnikom za sodelovanje in skupno upravljanje turizma na območju
- analizirati obstoječe razvojne dokumente in normativno ureditev in jih uskladiti s strateškimi razvojnimi cilji turizma
- sprejeti prostorsko implementacijo razvoja turizma in določiti namembnost posameznih con za potrebe turizma
- opredeliti lokacije in izdajati ustrezna dovoljenja za izgradnjo turistične in druge infrastrukture, pri čemer je mišljena po eni strani hitra izdaja ustreznih dovoljenj za posege v prostor, po drugi pa predvsem vnaprejšnja priprava lokacij za turistično rabo (za osnovne zmogljivosti in drugo turistično infrastrukturo),
- pospešiti vlaganja v infrastrukturo in okolje
- pospešiti vzpostavitev in spremljanje okoljskih standardov, na podlagi sedanje in željene kakovosti okolja, ki je osnova kakovosti in strukture ponudbe turističnega območja, pa tudi njegova primerjalna prednost. Še posebej je potrebno meriti kakovost zraka in voda in izboljševati njuno kakovost z izgradnjo čistilnih naprav,
- pospešiti usposobitev kmetij za oblikovanje ustrezne turistične ponudbe in za pripravo tipičnih oz. posebnih proizvodov z blagovno znamko območja v sodelovanju s kmetijskimi in drugimi službami in njihovo vključevanje v skupno upravljanje turističnega območja,
- pospešiti izgradnjo turističnih poti v sodelovanju s posameznimi kraji in gospodarskimi subjekti, ki so zainteresirani, da se obiskovalci zadržujejo na njihovem območju zaradi možnosti prodaje izdelkov ali storitev (vinske poti, kolesarske steze, učne in druge rekreacijske poti),
- stimulirati povezovanje in vključevanje kulturnih dejavnosti in dediščine v turistično ponudbo, predvsem na podlagi finančnih in drugih spodbud za dostopnost prireditev in drugih atraktivnosti preko celega leta in v primernem času za turistični obisk. Poleg tega pa bi bilo potrebno spodbujati vključevanje

obiskovalce v različne kulturne aktivnosti (slikarske, kiparske, lončarske ipd. dejavnosti),

- sprejeti in izvajati politiko razvoja turizma na območju turistične destinacije v skladu s cilji, prioriteta in osnovnimi turističnimi programi
- razviti in izvajati politiko javnega in zasebnega partnerstva in razviti instrument koncesijske politike
- urediti signalizacijo za obstoječo in bodočo turistično ponudbo na enoten način, kar bo pomembno prispevalo k lažji dostopnosti in izgledu kulturne krajine,
- inicirati vzpostavitev enotnega upravljanja turističnega območja-destinacije tudi v formalni obliki, pri kateri je potrebno izhajati iz načela koristnosti oz. znanja obstoječih kadrov v razdrobljenih službah, ki jih je treba na novo opredeliti na podlagi sposobnosti za doseganje skupno zastavljenih razvojnih in tržnih ciljev
- zagotoviti izvajanje aktivnosti TD ROGLA in pospešiti prehod sedanjih LTO v organizacijo za upravljanje destinacije
- izvajati mednarodne aktivnosti, ki prispevajo k pozicioniranju TD ROGLA kot razvite in atraktivne turistične

Vloga države se vidi v tem, da Vlada RS v okviru programa pospeševanja razvoja turizma :

- sofinancira vlaganja v infrastrukturo in okolje
- sodeluje pri razreševanju konfliktov pri rabi prostora za potrebe razvoja turizma
- sofinancira programe prenove in eksploatacije kulturnih in zgodovinskih znamenitosti
- sofinancira izvajanje trženjske programe TD ROGLA preko Slovenske turistične organizacije
- vključi turistično destinacijo ROGLA v nacionalni program razvoja in promocije
- sodeluje pri pridobivanju mednarodnih sredstev – predvsem sredstev EU

TD ROGLA mora kot institucija povezovanja javnega in zasebnega interesa in v okviru vizije razvoja turizma in marketinških aktivnosti na celotnem območju 4 občin:

- vzpostaviti partnerski odnos javnega in zasebnega interesa
- razviti TD ROGLA kot upravljavsko organizacijo celotnega območja
- razviti in utrjevati celostno grafično podobo in image TD ROGLA
- urediti celovite informacije za potrebe turistov na območju, za kar bi morale dati iniciativo prav občine, ker gre za dejavnost v javnem interesu, ki povezuje občane, turistično gospodarstvo in obiskovalce, hkrati pa za njeno odločilno vlogo v trženju. Pri organizaciji te dejavnosti bi bilo potrebno postaviti v ospredje gospodarski interes celotnega območja za njeno smotno in sodobno ureditev
- izvajati programe razvoja blagovne znamke TD ROGLA
- izvajati programe internega komuniciranja v kraju in eksternega tržnega komuniciranja
- razviti programe in spremljati razvoj in atraktivnost turistične destinacije s ciljem pravočasnega ukrepanja v primeru negativnih trendov

- postaviti metodologijo spremljanja uresničevanja zastavljenih programov,
- prilagajati programe in ukrepe glede na tržne razmere, kar zahteva stalno spremljanje trgov in konkurence,
- podrobneje opredeliti okvirno vsebino tržnega komuniciranja,
- vključiti TD ROGLA v širše okolje Pohorja in Slovenije
- vključevati se v projekte STO in druge, ki jih sofinancira EU

### 13. PRILOGE

## INVENTARIZACIJA TURISTIČNE PONUDBE NA ZAOKROŽENEM TURISTIČNEM OBMOČJU

<b>II. ZNAMENITOSTI</b>	
II/1 Kulturnozgodovinske	
muzeji, galerije, um. zbirke	1. Dvorec Trebnik, Slovenske Konjice
	2. Muzej Zrno, Slov. Konjice
	3. Galerija Riemer, Slov. Konjice
	4. Pustova hiša - Etnološki muzej, Slov. Konjice
	5. Galerija Piros, Vojnik
utrdbe, arheološke najdbe	1. Stari grad, Slov. Konjice
	2. Grad Lemberg, Vojnik
	3. Graščina s parkom Socka
	4. Graščina Majpigel v Vinah
	5. Graščina s parkom, Frankolovo
	6. Dvorec - graščina Novi Grad, Dobrna
	7. Graščina - dvorec Dobrnica, Dobrna
	8. Razvaline gradu Dobrna - Kačjega gradu
knjižnice, arhivi	1. Knjižnica Vojnik
spomeniki (zgod, umetnostni)	1. Spomenik NOB na Brdcah nad Dobrno
	2. Spomenik padlim Dobrčanom
domače obrti (kovaštvo, svečarstvo, lectarstvo...)	1. Ošlakova kovačija in žaga, Zreče
	2. Čebelarstvo Žvikart, Slov. Konjice
	3. Pletarstvo Kalšek, Loče
urejene poti (zgod,arheološke)	
II/2 Naravne	
naravni parki in zavarovana obm	
jezera, reke, potoki, slapovi	1. Brzice reke Hudinje, Vojnik
	2. Izvir sedmih studencev, Vitanje
	3. Soteska Hudičev graben, Dobrna
hribi/gore, planote,planine	1. Paški Kozjak, Dobrna
	2. Dolina Daje, Dobrna
	3. Zreško pohorje
vrtovi (arboretum, apinetum, botanični)	1. Konjiški parki, Slov Konjice
	2. Zdraviliški park, Dobrna
barje/močvirje	
deli mesta,vasi, mešč arhitektura	1. Vas Polže, Vojnik
	2. Trg vojnik

	3. Stari trg, slovenske Konjice
<b>II/3 Sakralne</b>	
cerkev	1. Cerkev Sv. Jurija, Slov. Konjice
	2. Marijina cerkev, Slov. Konjice
	3. Župna cerkev Sv Jerneja, Vojnik
	4. Gotska cerkev Sv. Florijana, Vojnik
	5. Cerkev Marija sedem žalosti, Vojnik
	6. Cerkev Sv. Tomaž nad Vojnikom
	7. Cerkev Sv Lenarta, pražupnija Nova cerkev
	8. Cerkev Sv Katerine v Lambergu
	9. Cerkev gospe rožnovenske, Črešnjice
	10. Cerkev Sv. Jožefa, Frankolovo
	11. Cerkev Gojka, Frankolovo
	12. Župn cerkev Sv. Petra in Pavla, Vitanje
	13. Cerkev matere Božje na Hriberci, Vitanje
	14. Cerkev Sv. Vida na Hudinji, Vitanje
	15. Cerkev Marijinega vnebovzetja, Dobrna
	16. Cerkev Sv. Miklavža v Vrbi, Dobrna
	17. Župnijska cerkev Sv. Jošta, Dobrna
kapelice	1. Kapela Sv Tomaža nad Vojnikom
	2. Mihaelova kapela, Nova cerkev
samostan	1. Žička kartuzija, Slov. Konjice
romarske poti, križev pot	

<b>III. PONUDNIKI</b>	
<b>III/1 Namestitve</b>	
hotel	1. Hotel Dobrava, Terme Zreče
	2. Hotel Planja, Rogla
	3. Hotel Rogla
	4. Depandansa Hotela Brinje
	5. Hotel pod Roglo
	6. Hotel Smogavc, Zreče
	7. Hotel Dravinja, Slov. Konjice
	8. Hotel Dobrna
	9. Hotel Vita, Terme Dobrna
	10. Hotel Vila Higiea, Terme Dobrna
	11. Hotel Park, Terme Dobrna
	12. Hotel Zdraviliški dom, Terme Dobrna

apart hotel	1. Vile Terme Zreče
garni hotel	1. Garni Hotel Zvon, Zreče
depandansa	
penzion	
motel	1. Motel Fink, Slov. Konjice
gostišče	1. Gostišče Smogavc
	2. Gostišče Založnik, Frankolovo
	3. Gostišče Ulipi, Slov. Konjice
turistično naselje	
bungalov	1. Bungalovi Rogla, Rogla
	2. Bungalovi Smreka, Rogla
	3. Bungalovi Gaber, Rogla
apartma	1. Apartma Cokla, Zreče
	2. Apartma Potnik, Zreče
	3. Rumeni apartma, Zreče
	4. Zeleni apartma - Družina Ošlak, Zreče
	5. Apartma Kvas, Slovenske Konjice
	6. Apartmaji Zdovc, Slov. Konjice
zasebne sobe	1. Apartmaji Marija Kešmer, Nova Cerkev
	2. Prenočišča, ... Stolec Aleš, N. Cerkev
	3. Oddajanje sob Kvas Valerija, Zreče
	4. Oddaja apartmajev, Kvas Franc, Zreče
kmečki turizem (turistične kmetije)	1. Kmetija Medved, Zreče
	2. Kmečki turizem Pačnik, Zreče
	3. Turizem na kmetiji Ramšak, Zreče
	4. Turistična kmetija Arbajter, Zreče
	5. Kmečki turizem Ločnikar, Zreče
	6. Kmečki turizem Lešnik, Dobrna
	7. Turistična kmetija Soržev mlin, Nova cerkev
	8. Turistična kmetija Kovše-kočnik, Zreče
	9. Turistična kmetija Urška, Zreče
	10. Turistična kmetija Arzenšek, Stranice
planinska dom/koča	
youth hotel	
kamp	

<b>IV. PROGRAMI</b>	
IV/4 Zdravstvo	
preventivni programi	1. Terme Zreče

	2. Terme Dobrna
kurativni programi	1. Terme Zreče
	2. Klimatsko zdravilišče Rogla
	3. Terme Dobrna
zdravstveni pregledi	1. Terme Zreče
	2. Terme Dobrna
<b>IV/6 Duhovne sprostitev</b>	
meditacija, joga,	1. Terme Zreče - Sawaddee - tajska masaža
	2. Terme Dobrna, Shiatsu masaža
duh. vaje (Wu-tai-Či...)	1. Terme Dobrna, terapija gibanja, psihoterapija...

<b>IV/1 Igralništvo</b>	
Klasična igralnica	
Igralni salon	
Bingo	
<b>IV/2 Kongresi in sejmi</b>	
kongresi, sejmišča	1. Poslovni center, Terme Dobrna
	2. Dvorana in seminarske sobe v Termah Zreče
<b>IV/3 Programi za dobro počutje</b>	
sprostitev, joga, meditacija	1. Terme Zreče
	2. Terme Dobrna
fitnes, savna, solarij	1. Terme Zreče
	2. Klimatsko zdravilišče Rogla
	3. Terme Dobrna
beauty	
masaže, kopeli	1. Terme Zreče
	2. Terme Dobrna

<b>IV/5 Šport in rekreacija</b>	
kolesarstvo, rolanje, kotalkanje	1. Kolesarske poti na Zreškem Pohorju
	2. Okolica Dobrne, izposoja koles - Terme Dobrna
terenska vožnja, moto-cros, go-cart	1. Moto-kros proga, Slovenske konjice
jogging, fitnes, ..	1. Terme zreče
	2. Terme Dobrna
tenis, squash,badminton, nam. Tenis	1. Terme Dobrna
golf	1. Golf klub Zlati Grič, Slov. Konjice
skupinski športi z žogo (odbojka, košarka, nogomet, odbojka...)	1. Terme Dobrna
	2. Zavod za šport Slov. Konjice

ježa, kasaštvo	
	2. Vzrejno jahalni center Šeško, Vojnik
	3. Konjeniški center Rogla
ribolov, lov, streljanje na glinaste golobe, lokostrelstvo	1. Brzice reke Hudunje, Vojnik - raj za ribolov
	2. Jezero Zreče
	3. Lovska družina Vojnik
	4. Jezero Mašin žaga, Rogla
čolnarjenje, kajakaštvo, rafting, kanjonig, kanuizem	
vodni športi	1. Terme Zreče
	2. Terme Dobrna
	3. ŠRC Dobrava, Slov. Konjice
zimski športi	1. Smučišče Rogla
letenje z balonom, zmajem, jadralno	1. Balonarski klub Vojnik
jamarstvo	
tek, pohodništvo, planinarjenje	1. Rogla
	2. Okolica Dobrne: Hudičev Graben, Dolina mlinov, vinska cesta, Miklavž, Grad Lemberg, Paški Kozjak
	3. Trim steza v Termah Dobrna
	4. Trim steza v Termah Zreče
	5. Rakovec, Vitanje
	6. Planinske poti iz Slov konjic na Staru grad
	7. Planinske poti na Stolpnik
borilni športi (sabljanje, karate, judo)	

<b>IV/7 Hrana in pijača</b>	
restavracija	
gostilna	1. Gostilna Bricman, Slov. Konjice
	2. Gostišče Smogavc, Zreče
	3. Gostilna Zottl, Vojnik
	4. Gostilna Kuzman, Vitanje
	5. Gostilna Koprivnik, Nova Cerkev
	6. Gostišče Štorman, Vojnik
	7. Gostišče Založnik, Frankolovo
	8. Gostilna Špajza, Zreče
	9. Gostilna Strašek, Slov. Konjice
	10. Gostišče Ulipi, Slov. Konjice
	11. Gostišče Ajdnik, Slov. Konjice
	12. Gostišče Stari trg



	13. Gostilna Lovec, Dobrna
	14. Gostilna Koren, Dobrna
	15. Gostilna triglav, Dobrna
vinoteka	1. Vinogradništvo in vinotoč Zlati Grič, Slov. Konjice
vinotoči, vinske ceste	1. Zlati Grič, Slov. Konjice
	2. Vinotoč Ančka, Zreče
	3. Vinogradništvo Bezenšek Miloš, Frankolovo
	4. Podpohorska vinska turistična cesta
picerija	1. Gostišče in picerija zreški gaj, Zreče
	2. Pizzerija lipa, Nova cerkev
pivnica, pub	1. Domača pivovarna, Hotel pod Roglo
bistro	1. Bistro trobiš, Vojnik
	2. Okrepčevalnica Vijolica, Škofja vas
kmečki turizem	1. Kmečki turizem Pačnik, Zreče
	2. Turizem na kmetiji Ramšak, Zreče
	3. Turistična kmetija Arbajter, Zreče
	4. Kmečki turizem Ločnikar, Zreče
	5. Kmečki turizem Lešnik, Dobrna
	6. Turizem na kmetiji Goršek, Frankolovo
	7. Turistična kmetija Soržev mlin, Nova cerkev
	8. Kmetija Medved, Zreče
	9. Kmetija Dobrotin, Vojnik
	10. Izletniška kmetija Krošl, Loče
	11. Kmetija Ravničan - izletniški turizem, Zreče
	12. Turistična kmetija Iopan, Loče
	13. Kmetija Dobovičnik, Dobrna
	14. Švent Matevž, Dobrna
hitra prehrana	
slaščičarna	1. Okrepčevalnica in slaščičarna Jagoda, Dobrna
kavarna	1. Kavarna Jež, Vojnik
	2. Kavarna Težak, Zreče
klub/bar	1. Dnevni bar Krčma pod gradom, Nova Cerkev
	2. Cafe Fontana, Dobrna
	3. Dnevni bar Arlič, Dobrna
	4. Bife hudičev graben, Dobrna
<b>III/4 Drugi tur. servisni ponudniki</b>	
turistično informacijski center	1. Prodajno turistični informacijski center Zreče
	2. TIC Slovenske Konjice
turistične agencije	1. Potovalna agencija Myland, Zreče

	2. Turistična agencija Enka, Slov. Konjice
organizatorji kongresov, prireditve	
turistična društva	1. Turistično društvo Slovenske Konjice 2. Turistično društvo Dobrna
on-line informacije	<a href="http://www.slovenskekonjice.si">www.slovenskekonjice.si</a>
izposojevalnice opreme (športne, druge...)	Izposojevalnica in servis smučarske opreme na Rogli
III/5 Drugi tur. servisni ponudniki	

<b>V TRADICIONALNE PRIREDITVE</b>	
športne (tekme)	1. Rogla - Smučarske tekme za Slovenski pokal 2. Rogla - Smučarske tekme za evropski pokal 3. Vojnik - Balonarski festival 4. Pohod na Šentjungert
kulturne	
etnografske	1. Holcerija, Vitanje 2. Pustna povorka, Nova Cerkev 3. Obujanje starih šeg in navad, Socka 4. Salamijada, Socka 5. Bučariada, Arclin 6. Sejem sadja, vina, in kruha, Slov. Konjice
zabavne (koncerti, cirkus...)	1. Ostanimo prijatelji, Frankolovo 2. Srečanje pevskih zborov Vojnik, Frankolovo, N. Cerkev 3. Letni koncert moškega pevskega zbora Vojnik 4. Koncert malih vokalnih skupin Vojnik 5. Božična koncerta, Nova Cerkev in Frankolovo
otroške (lutkovne, ure pravljic)	
razstave (likovne, grafične)	
predavanja	
festivali	
srečanja (klubi, združenja)	1. Nočni pohod na Lindek - Po poteh grajskih pravljic 2. Po poti A. M. Slomška 3. Kostanjev piknik, pohod na Stolpnik in Kladnart