# Strategija rasti slovenskega turizma 2017 - 2021

**Eva Štravs Podlogar, v. d. generalne direktorice**

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo,

Direktorat za turizem in internacionalizacijo

# Strategija razvoja slovenskega turizma 2012 – 2016 – DOSEGANJE CILJEV

I FEEL SLOVENIA

**ZASTAVLJENI CILJI:**

➢**Povečati obseg turistične dejavnosti (turistični promet: prihodki in dobiček iz naslova opravljanja gostinske in turistične dejavnosti, število turistov, število prenočitev):**

- **število prenočitev: 2 %** (letna stopnja rasti),
- **število turistov: 4 %** (letna stopnja rasti),
- **priliv iz naslova izvoza potovanj: 6 %-8 %** (letna stopnja rasti).

**Za dosego splošnega cilja je potrebno:**

- uspešno uveljaviti načela trajnostnega razvoja turizma,
- zagotoviti ugodno poslovno okolje,
- doseči višjo kakovost in ustvariti razmere, ki bodo omogočale večjo konkurenčnost slovenskega turizma,
- načrtovati in izvajati učinkovito in inovativno trženje ter promocijo Slovenije kot privlačne turistične destinacije

# Strategija razvoja slovenskega turizma 2012 – 2016 – DOSEGANJE CILJEV

Prenočitve, prihodi in prilivi iz naslova izvoza potovanj po letih:

| Leto | Prenočitve (SURS) | Prihodi (SURS) | Prilivi iz naslova izvoza potovanj (Banka Slo) |
|---|---|---|---|
| **2011** | 9.388.095 | 3.217.966 | 1.974.807 |
| **2012** | 9.510.663 | 3.297.556 | 2.008.368 |
| **2013** | 9.579.033 | 3.384.491 | 2.039.452 |
| **2014** | 9.590.642 | 3.524.020 | 2.056.683 |
| **2015** | **10.016.494** | **3.811.324** | **2.236.858** |

## REKORDNO LETO 2015:

- prvič **presegli mejo 10 milijonov prenočitev**
- presegli **2,2 milijard evrov prilivov** iz izvoza potovanj
- dosegli **rekordno stopnjo rasti števila tujih turistov** v samostojni Sloveniji
- glede na odstotke rasti se slovenski turizem uvršča **nad evropsko povprečje**

# Strategija razvoja slovenskega turizma 2012 – 2016 – DOSEGANJE CILJEV

| Cilji: | Rast števila prenočitev: + 2 % letno | Rast števila turistov: + 4 % letno | Priliv iz naslova izvoza potovanj: + 6 % - 8 % letno |
|---|---|---|---|
| **2012** | + 1,31 % Ni doseženo | + 2,47 % Ni doseženo | + 1,70 % Ni doseženo |
| **2013** | + 0,72 % Ni doseženo | + 2,64 % Ni doseženo | + 1,55 % Ni doseženo |
| **2014** | + 0,12 % Ni doseženo | + 4,12 % **Doseženo** | + 0,84 % Ni doseženo |
| **2015** | **+ 11 % Doseženo** | **+ 7 % Doseženo** | **+ 8,8 % Doseženo** |

**V letu 2015 so bili vsi cilji doseženi, pred tem pa** (z izjemo rasti št. turistov v letu 2014) **ne.**
**Cilji za obdobje 2012-2016 so bili na podlagi dotedanjih rezultatov slovenskega turizma in finančnih sredstev, ki so bila na voljo, zastavljeni ambiciozno. Takoj po uveljavitvi strategije je Vlada RS zaradi strogih varčevalnih ukrepov skoraj prepolovila sredstva za razvoj in promocijo turizma. Poleg tega je s 1. januarjem 2013 prišlo do združitve STO, Tia in Japti v agencijo Spirit. Oba ukrepa sta imela negativen vpliv na razvoj turizma v Sloveniji in posledično na doseganje v strategiji zastavljenih ciljev.**

**Drugi dosežki MGRT leta 2015:**

- **ponovna osamosvojitev STO**
- **promocijska kampanja Slovenije v tujini, ki jo je izvedel SPIRIT, MGRT pa financiralo z evropskimi sredstvi**
- **STO-ju zagotovili bistveno povišanje sredstev za leto 2016 – 106 % več kot 2015**
  - **11.250.000 – za izvajanje PD**
  - **2.100.000 – za delovanje**

# Cilj 1.1.: Uveljaviti načela trajnostnega razvoja turizma:

## Na MGRT in STO dosledno in zelo uspešno sledimo usmeritvam v trajnostni razvoj turizma:

- **Zelena shema slovenskega turizma** (Znake SLOVENIA GREEN ACCOMMODATION ima 7 ponudnikov, Znak SLOVENIA GREEN DESTINATION GOLD ima Ljubljana, Znak SLOVENIA GREEN DESTINATION SILVER ima 5 destinacij, znak SLOVENIA GREEN DESTINATION BRONZE imajo 3 destinacije)

- **Projekt EDEN**

- **EU marjetica** (MGRT bo **objavilo nov razpis za sofinanciranje pridobivanja eko znakov za nastanitve**, kamor bodo vključili vseh 6 znakov (EU Marjetica, BioHotels, Green Globe, Green Key, Travelife in TourCert)

- **Sejalec**
- **Snovalec**
- **T-lab**
- **EXPO v smeri trajnostnega razvoja**

# Cilj 1.2.: zagotoviti ugodno poslovno okolje:

- Nov **Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih in o obsegu storitev za opravljanje gostinske dejavnosti** (sprejet v letu 2014) – predstavniki gospodarstva niso v celoti zadovoljni s Pravilnikom in želijo še posodobitve in poenostavitve,
- V pripravi je sprememba **Pravilnika o kategorizaciji nastanitvenih obratov**,
- Z namenom enotnega poročanja pri opravljanju nastanitvene gostinske dejavnosti je v **parlamentu sprememba Zakona o gostinstvu** (skupaj z Zakonom o prijavi prebivališča),
- Pripravlja se **nov Zakon o spodbujanju razvoja turizma** v smeri odprave nekaterih administrativnih bremen in ovir (odprava nepotrebnih administrativnih ovir in smiselna liberalizacija dejavnosti, zagotovljena bodo dodatna finančna sredstva za trženje in promocijo turizma s povečanjem TT),
- Ustanovljena je **medresorska delovna skupina za pripravo akcijskega načrta posodobitve predpisov, ki urejajo kratkoročno oddajanje nepremičnin turistom**,
- Ustanovljena je **medresorska delovna skupina za ureditev (gorsko)kolesarske dejavnosti**.

# Cilj 1.3.: Doseči višjo kakovost in ustvariti razmere, ki bodo omogočale večjo konkurenčnost slovenskega turizma:

Konkurenčnost slovenskega turizma po raziskavi Svetovnega ekonomskega foruma (WEF): Trevel and Tourism competitiveness report PADA.

Slovenija se je leta 2011 uvrstila na 33. mesto, leta 2013 na 36. in leta 2015 uvrstila na **39. mesto** med 141 državami, in sicer po 90 indikatorjih, ki so razvrščeni v štiri glavne stebre.

Slovenija je najbolj konkurenčna na področju **turistične infrastrukture** ter **turistične politike in pogojev za razvoj**, slabši smo na področju spodbudnosti okolja za turizem, najslabši pa pri naravnih in kulturnih virih.

| | Podindeksi, stebri/ leto | 2015 | | 2013 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Skupna uvrstitev Slovenije** | ↓ | 39. mesto | 36. mesto | 33. mesto |
| I. | **Spodbudnost okolja** | | 42 | - | - |
| 1 | **Poslovno okolje** »business environment« | | 106 | - | - |
| 2 | **Varnost** »safety and security« | ↑ | 14 | 26 | 29 |
| 3 | **Zdravje in higiena** »health and higiene« | ↑ | 37 | 42 | 39 |
| 4 | **Človeški viri in trg dela** »human resources and labour market« (prej človeški viri) | ↑ | 54 | 55 | 42 |
| 5 | **Stanje ICT** »ICT readiness« (prej infrastruktura IKT) | ↓ | 36 | 29 | 26 |
| II. | **Turistična politika in pogoji za razvoj** | | 25 | - | - |
| 6 | **Pomembnost turizma** »prioritization of travel and tourism« | ↑ | 43 | 50 | 44 |
| 7 | **Mednarodna odprtost** »international openess« | | 50 | - | - |
| 8 | **Cenovna konkurenčnost** »price competitiveness« | ↑ | 96 | 111 | 99 |
| 9 | **Okoljska trajnost** »environmental sustainability« | ↑ | 19 | 24 | 23 |
| III. | **Infrastruktura** | | 42 | - | - |
| 10 | **Infrastruktura letalskega prometa** »air transport infrastructure« | ↓ | 82 | 76 | 74 |
| 11 | **Infrastruktura kopenskega prometa in pristaniška infrastruktura** »ground and port infrrastructure« (prej infrastruktura kopenskega prometa) | ↑ | 19 | 25 | 25 |
| 12 | **Turistična infrastruktura** »tourist service infrastructure« | ↓ | 20 | 14 | 17 |
| IV. | **Naravni in kulturni viri** (prej človeški, naravni in kulturni viri) | ↓ | 53 | 52 | 53 |
| 13 | **Naravni viri** »natural resources« | ↑ | 32 | 58 | 79 |
| 14 | **Kulturni viri in poslovna potovanja** »cultural resources and business travel« | ↓ | 95 | 56 | 58 |

*V letu 2015: 141 držav, 2013: 140 držav, 2011: 139 držav*
*Vir: WEF, 2015.*

# Cilj 1.4.: Načrtovati in izvajati učinkovito in inovativno trženje ter promocijo Slovenije kot privlačne turistične destinacije:

V letih **2012-2014** zaradi varčevalnih ukrepov Vlade RS in združitve STO pod okrilje agencije SPIRIT za promocijo turizma ni bilo dovolj sredstev, promocija pa posledično ni bila dovolj učinkovita za dosego zastavljenih ciljev.

**2015:**

- **Ponovna osamosvojitev STO (**slovenski turizem je ponovno dobil samostojno organizacijo, ki izvaja naloge nacionalne turistične organizacije, v prvi vrsti promocijo naše države kot turistične destinacije na tujih trgih)

- **3,7 milijona evrov evropskih sredstev za projekt Krepitev prepoznavnosti Slovenije kot turistične destinacije** (rezultati kažejo na izjemen uspeh oglaševalske kampanje - s tem so se sredstva za promocijo turizma povečala na skoraj 9 milijonov evrov)

- **STO-ju zagotovili bistveno povišanje sredstev za leto 2016 – 106 % več kot 2015**
  - **11.250.000 – za izvajanje PD**
  - **2.100.000 – za delovanje**

# Doseganje zastavljenih UKREPOV

## ✓ Spodbujanje povečanja konkurenčnosti slovenskega turizma

- **spodbujanje razvoja turističnih destinacij** (13 RDO-jev, 3,6 mio EUR),
- **zagotavljanje ustrezne kadrovske strukture glede na potrebe turističnega gospodarstva** (več projektov drugih nosilcev v sodelovanju z MGRT)**,**
- **spodbujanje povečanja kakovosti** (specializacija hotelov: 29 certifikatov pohodniško-kolesarski hotel, priprava novega Pravilnika o kategorizaciji, vključitev v Hotrec itd.)**,**
- **spodbujanje razvoja in raziskovalnega dela ter zagotavljanje ustreznih podlag za sprejemanje poslovnih odločitev** (pridobljeni štirje ciljno-raziskovalni projekti, Zelena shema, več ukrepov s področja trajnosti),
- **spodbujanje inovativnosti** (Sejalec, Snovalec, BTPS, T-lab)**,**
- **zagotavljanje lažje dostopnosti do Slovenije in v Sloveniji** (nove letalske povezave, poenostavitev vizumskih postopkov, novi projekti kolesarskih povezav (razpis Razvoj regij),
- **sodelovanje z ustanovami EU in v mednarodnem prostoru (EU, UNWTO, OECD, …)**
- **spodbujanje domačih in tujih naložb v turistično infrastrukturo** (9 projektov MGRT, vrednost sof. 22.761.932 evrov; 360 projektov različnih ministrstev s področja turizma v skupni vrednosti 176 milijonov evrov),
- **Desezonalizacija** (spodbujanje obstoječih in oblikovanje novih turističnih proizvodov in storitev, ponovna uvedba zimskih šolskih počitnic v dveh terminih)

# Doseganje zastavljenih UKREPOV

## ✓ Razvoj ugodnega poslovnega okolja

- **učinkovito usklajevanje in sodelovanje na medministrski ravni zaradi čim boljšega izkoristka vseh politik in finančnih instrumentov RS ter EU pri razvoju turizma** (usklajevanje in sodelovanje poteka tekoče, vendar turizem še vedno ni prepoznan kot gospodarska dejavnost strateškega pomena, za razvoj katere bi se morala zavzemati vsa ministrstva. Vsak od resorjev v prvi vrsti zasleduje svoje cilje, kar za turizem, ki je izjemno medsektorska dejavnost ni dobro; zmanjšanje oz. odprava administrativnih ovir)

- **organiziranost slovenskega turizma** (ponovna osamosvojitev STO, spodbujanje partnerskega sodelovanja na vseh področjih in ravneh, povečanje proračuna za razvoj in promocijo turizma)

## ✓ Učinkovito in inovativno trženje ter promocija Slovenije kot turistične destinacije **(STO)**

- povečanje prepoznavnosti in ugleda ter doseganje želenega pozicioniranja Slovenije,
- tržna segmentacija in strateško-razvojni načrt po posameznih trgih,
- konkurenčni, jasno pozicionirani turistični proizvodi, temelječi na načelih trajnosti,
- inovativno in učinkovito digitalno trženje
- partnersko trženje za doseganje sinergijskih učinkov.

# Strategija rasti slovenskega turizma 2017 - 2021

**Mednarodni javni razpis je v pripravi na MGRT, predvidena objava v aprilu 2016**

**Nova strategija bo:**

**temeljila na partnerstvu slovenskega turizma in bo predstavljala skupno strategijo države, gospodarstva in civilne sfere.**

- **Potrebujemo svež fokus,**
- **en ključni skupni cilj (dvig prilivov z naslova turizma)**
- **ter poti, kako ga bomo dosegli.**

**Strategija mora biti po zgledu nekaterih drugih turistično konkurenčnih evropskih držav kratka, ciljno usmerjena in razumljiva vsem – pri doseganju cilja bomo skupaj sodelovali vsi.**

# Strategija razvoja Slovenije 2050

## Strategija razvoja Slovenije – Slovenija 2050

**„Prebivalci Slovenije smo aktivni državljani na vseh področjih dela in življenja kjer kritično in tvorno sodelujemo tudi v vseh družbenih procesih.“ (Vizija Slovenija 2050, osnutek iz delavnice)**

**Osnovni prepoznani elementi po prvih delavnicah:**

- **Identiteta**
- **Kakovost življenja ( blaginja)**
- **Zaupanje**
- **Znanje in veščine**
- **Inovativnost**

# Strategija rasti slovenskega turizma 2017 - 2021

**Priprava strategije bo temeljila na:**

✓**vključevanju vseh ključnih partnerjev slovenskega turizma** (izvedba delavnic na terenu),

✓**upoštevanju usmeritev sodobnega strateškega načrtovanja,** aktualnih trendov na svetovnem turističnem trgu, izsledkov aktualnih raziskav,

✓pridobitvi **konkretnega, aplikativnega in zavezujočega dokumenta**, v katerem bodo jasno opredeljene **vloge in odgovornosti, posameznih akterjev** v zasebnem, javnem in civilnem sektorju,

✓oblikovanju modela, ki bo omogočal **učinkovito realizacijo zastavljenih ciljev ter njihovo merljivost**,

✓**vključevanju drugih ministrstev in resorjev**, ki imajo vpliv na razvoj turizma in obratno,

✓podajanju usmeritev za vzpostavitev **ugodnejšega poslovnega okolja** (zakonodajno področje),

✓podajanju usmeritve za razvoj optimalnih oblik **partnerskega sodelovanja** (destinacijski management),

✓identificiranju in valoriziranju **konkurenčnih prednosti**,

✓podajanju usmeritev glede razvoja oz. oblikovanja **privlačnih in inovativnih turističnih proizvodov**,

✓podajanju usmeritve za **spodbujanje razvoja manjših in srednje velikih podjetij, regionalno in sezonsko razpršenost**,

✓iskanju **tržnih niš** (segmentacija, razvoj turističnih proizvodov) ter **možnosti razvoja turističnih atrakcij** (izhajajoč iz naravnih in kulturnih danosti),

✓**upoštevanju načel trajnostnega razvoja**,

✓**implementaciji trženjske znamke Slovenije I feel Slovenia**.

**Trajnostni turizem, temelječ na naši tradiciji in spoštovanju okolja**

***… vendar tudi …***

INOVATIVEN!

ATRAKTIVEN!

STRASTEN!

# Veselimo se sodelovanja z vami!

eva.stravs-podlogar@gov.si