

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

ANALIZA MOŽNOSTI RAZVOJA TURIZMA  
NA PRIMERU OBČINE

Danijel Gregorčič

Koper, 2013

Mentor: viš. pred. mag. Dušan Gošnik



## **POVZETEK**

V zaključni projektni nalogi sta predstavljena turistična panoga in analiza možnosti razvoja turizma v občini Rogatec. Turizem je ena od najbolj stabilnih ter hitro rastočih gospodarskih panog. Kot takšna se je uveljavila tudi v Sloveniji, kjer je potenciala za napredek ter razvoj še več kot dovolj. V nalogi so obravnavane splošne strateške usmeritve panoge, usmeritve posameznih subjektov znotraj nje ter tudi opredelitve turizma, pojmov, trendov, izzivov in priložnosti. Na primeru občine Rogatec so predstavljene razmere in zmožnosti za razvoj turizma ter predlogi za izboljšave.

*Ključne besede:* turizem, turist, turistična panoga, strategije turizma, turistična destinacija, razvoj.

## **SUMMARY**

This final project thesis presents the tourism sector and the analysis of tourism development possibilities in the Municipality of Rogatec. Tourism is one of the most stable and fastest-growing industries in the world. This is also the case in Slovenia, where there is still more than enough potential for progress and development. The thesis addresses general strategic orientations of the industry, orientations of individual subjects within it as well as the definitions of tourism, concepts, trends, challenges and opportunities. The conditions and capacities as well as suggestions for improvement and development are presented on a case study of the Municipality of Rogatec.

*Key words:* tourism, tourist, tourism sector, tourism strategies, tourist destination, development.

UDK: 338.486(497.12Rogatec)(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod.....</b>	<b>1</b>
1.1	Opre delitev problema in teoretičnih izhodišč.....	1
1.2	Namen in cilji diplomskega dela .....	2
1.3	Predvidene metode za doseganje ciljev diplomskega dela.....	3
1.3.1	Predpostavke .....	3
1.3.2	Omejitve.....	4
<b>2</b>	<b>Turizem .....</b>	<b>5</b>
2.1	Opre delitev turizma .....	5
2.2	Zgodovina turistične panoge .....	6
2.3	Razvoj turizma v Sloveniji .....	6
<b>3</b>	<b>Strateške usmeritve v turistični panogi.....</b>	<b>8</b>
3.1	Svetovni trendi v turistični panogi.....	8
3.2	Vpliv svetovnih trendov na turistično panogo v Sloveniji .....	9
3.3	Priložnosti in izzivi v turistični panogi po svetu in v Sloveniji.....	10
3.4	Strategije razvoja in trženja turizma v Sloveniji.....	10
3.5	Vlaganje v raziskave in razvoj, v turizmu, po svetu in v Sloveniji .....	12
<b>4</b>	<b>Občina Rogatec.....</b>	<b>13</b>
4.1	Opre delitev podeželskega turizma.....	13
4.2	Predstavitev občine.....	13
4.3	Turistična ponudba v kraju .....	14
4.4	Turistična ponudba v bližnji okolici.....	16
<b>5</b>	<b>Analiza dejanikov širšega zunanjega okolja.....</b>	<b>18</b>
5.1	Politično okolje.....	18
5.1.1	Politični sistem in način sprejemanja odločitev.....	18
5.1.2	Povezanost turistične panoge z državo .....	18
5.2	Gospodarsko okolje .....	19
5.2.1	Bruto domači proizvod, inflacija, trg dela in konsolidiran dolg države .....	19
5.2.2	Izvoz in uvoz, zasebna in državna potrošnja .....	20
5.2.3	Bruto investicije v osnovna sredstva in prevzem evra.....	21
5.3	Socialno kulturno okolje .....	21
5.3.1	Turizem v številkah .....	21
5.3.2	Struktura prebivalstva.....	22
5.3.3	Stopnja delovne aktivnosti, stopnja izobrazbe in raba jezikov.....	23
5.4	Tehnološko okolje .....	24
5.4.1	Informacijska družba .....	24
5.4.2	Raziskave in razvoj.....	24
5.4.3	Inovativnost v slovenskem turizmu .....	25
5.5	Naravno okolje .....	25

5.5.1	Trajnostni razvoj.....	25
5.5.2	Ekoturizem.....	26
5.5.3	Podnebne razmere.....	26
<b>6</b>	<b>Analiza dejavnikov ožjega zunanjega okolja.....</b>	<b>27</b>
6.1	Obstoječa konkurenca.....	27
6.2	Kupci .....	28
6.3	Dobavitelji.....	29
6.4	Nevarnosti substitucije .....	29
6.5	Nevarnosti vstopa novih konkurentov v panogo .....	30
<b>7</b>	<b>Analiza temeljnih politik najbolj turistično razvitih občin v Sloveniji in analiza možnosti za razvoj turizma v občini Rogatec .....</b>	<b>31</b>
7.1	Piran.....	31
7.1.1	Vizija, poslanstvo, strateške usmeritve .....	31
7.1.2	Temeljne zmožnosti, strategije in konkurenčne prednosti.....	31
7.2	Bled.....	32
7.2.1	Vizija, poslanstvo, strateške usmeritve .....	32
7.2.2	Temeljne zmožnosti, strategije in konkurenčne prednosti.....	32
7.3	Rogaška Slatina .....	32
7.3.1	Vizija, poslanstvo, strateške usmeritve .....	32
7.3.2	Temeljne zmožnosti, strategije in konkurenčne prednosti.....	33
7.4	Stanje razmer in predlog možnosti za razvoj turizma v občini Rogatec .....	33
<b>8</b>	<b>Sklep .....</b>	<b>34</b>

## **PREGLEDNICE**

Preglednica 1: Število prihodov turistov v svetu .....	8
Preglednica 2: Preseljevanja 2012.....	22
Preglednica 3: Prebivalstvo po starostnih skupinah .....	23
Preglednica 4: Število gospodarskih subjektov v turistični panogi.....	27
Preglednica 5: Obiskanost Rogatca.....	28

## **SLIKE**

Slika 1: Prikaz proračunskih in sredstev EU .....	12
---	----

## SEZNAM KRAJŠAV

AJPES	Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve
ARSO	Agencija Republike Slovenije za okolje
BDP	Bruto domači proizvod
EU	Evropska unija (angl. The European Union)
JZKTRR	Javni zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec
JZTRS	Javni zavod turizem Rogaška Slatina
LTO	Lokalne turistične organizacije
NATO	Organizacija severnoatlantskega sporazuma (angl. The North Atlantic Treaty Organization)
NTZ	Nacionalno turistično združenje
OECD	Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (angl. Organisation for Economic Co-operation and Development)
RNUST	Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma
SPIRIT	Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
TIES	The International Ecotourism Society
TTA	Turistična tiskovna agencija
TZS	Turistična zveza Slovenije
UMAR	Urad za makroekonomske analize in razvoj
UNWTO	Svetovna turistična organizacija Združenih narodov (angl. The United Nations World Tourism Organization)
Ur. l. RS	Uradni list Republike Slovenije
ZSRT	Zakon o spodbujanju razvoja turizma







# 1 UVOD

Turizem je že od nekdaj priljubljeno razvedrilo. Ljudje vse pogosteje radi raziskujemo ter obiskujemo nove kraje, kar je eden od razlogov, da je turizem kot gospodarska panoga ena največjih v Evropski uniji. Slovenija je s svojimi bogatimi naravnimi in kulturnimi danostmi zelo priljubljena turistična destinacija. Priložnosti za nadaljnji razvoj in ponudbo turizma je ogromno, v tej zaključni projektni nalogi smo analizirali možnosti razvoja turizma na primeru majhne občine – občine Rogatec. Naloga je sestavljena iz dveh delov, in sicer iz predstavitve teoretičnih izhodišč ter iz raziskovalnega dela.

## 1.1 Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč

Turizem je ena od najpomembnejših panog v Evropski uniji, saj predstavlja 5 % delež celotnega bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP). S turistično dejavnostjo je tako neposredno povezanih približno 1,8 milijona gospodarskih družb, v katerih je zaposlenih 9,7 milijonov prebivalcev 27-ih članic Evropske unije, kar predstavlja 5,2 % celotne delovne sile (Vlada RS 2012). Če upoštevamo še posredni vpliv turizma na ostale gospodarske panoge, je le-ta še skoraj enkrat večji, saj predstavlja 10 % BDP oziroma 12 % zaposlenih. Zaradi posledic gospodarske krize, ki je še posebej prizadela Slovenijo, je lahko turizem eden vodilnih segmentov razvoja. Evropa je kontinent, na katerem sta gostota in raznovrstnost turističnih atrakcij največja, kar se odraža tudi v številkah. V letu 2012 je bilo vseh turističnih gostov 1.035 milijonov, od tega je evropske destinacije obiskala več kot polovica – 534 milijonov, kar je za 3,4 % več kot leto poprej (UNWTO 2013).

Podeželsko območje predstavlja 91 % območja celotne Evropske unije, na katerem prebiva 56 % populacije sedemindvajsetih članic EU (Evropska komisija 2008). V Sloveniji ta delež predstavlja 61 % prebivalstva in 92 % celotnega območja države, ki je po svojih karakteristikah označeno kot podeželje (Kovačič 2003).

Glede na velikost območja, ki ga obsega podeželje, lahko predpostavljamo, da gre za enega najbolj pomembnih območij v Sloveniji, ki je hkrati, v primerjavi z urbanim območjem, v precej podrejenem položaju. Povprečni dohodek na prebivalca je na podeželju nižji kot v urbanih območjih, prav tako je prebivalstvo v povprečju slabše izobraženo, gospodarstvo pa manj konkurenčno. Naštete slabosti so torej priložnost oziroma izziv za razvoj tega območja; veliko lahko k temu prispeva tudi turizem, saj ima to območje tako bogato naravno kot tudi kulturno dediščino (Kovačič 2003).

Kovačič v svojem članku ugotavlja, da se je razvoj podeželja začel ločeno obravnavati šele v poznih sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, hkrati pa poudarja, da je do tega prišlo zaradi povsem drugačnih razvojnih potreb, problemov in priložnosti kot jih ima urbano področje v

primerjavi s podeželjem. Navedeno je še posebej opazno v panogi turizma, ki je ena glavnih dejavnosti v neurbanem območju (Kovačič 2003).

Šele v začetku sedemdesetih let prejšnjega stoletja se je začelo uveljavljati spoznanje, da mora postati podeželje samostojen subjekt razvoja in ne zgolj obrobni dejavnik v razvoju urbanih središč ali celo del, ki je povsem podrejen razvojnim interesom teh središč. Podeželje ima v primerjavi z urbaniziranimi območji zelo specifične razvojne potrebe, probleme in priložnosti, ki zahtevajo tudi specifičen razvojni pristop. To velja še posebej za področje turizma, ki je poleg kmetijstva in gozdarstva gotovo ena najpomembnejših gospodarskih dejavnosti v podeželskem prostoru (Kovačič 2003).

Sodobni turisti si udobje in razvajanje želijo doživeti vedno bolj v naravnih, pristnih okoljih, kar je glede na raznovrstnost Slovenije lahko posebna priložnost tudi za manjše kraje oziroma občine. Občina Rogatec je ena manjših občin v Sloveniji. Leži v neposredni bližini dveh večjih zdraviliških krajev – Rogaška Slatina in Podčetrtek. Naravne danosti, ugodna klima in pestra kulturna dediščina zadnja leta v Rogatec pripeljejo veliko število turistov, menimo pa, da je v samem okolju še kar nekaj priložnosti in izzivov za razvoj turizma.

Osnovni obravnavan problem v tej nalogi je, kako lahko majhna slovenska občina – Rogatec – izkoristi potencial naravne in kulturne dediščine ter hkrati s svojimi cilji ter strategijami sledi trendom v hitro razvijajoči se turistični panogi.

## **1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge**

Namen raziskave je bil raziskati, ugotoviti in analizirati stanje v panogi turizem na območju občine Rogatec ter razjasniti, kakšne so trenutne strateške usmeritve razvoja in trženja na tem področju. Prav tako smo z nalogo ugotovili, kakšne so smernice in vizije vodilnih turističnih občin tako v Sloveniji (odstotek vseh prenočitev po statističnih regijah: Obalno-kraška 22 %, Gorenjska 18 % in Savinjska 15 %) kot tudi v svetu (najbolj obiskane države na svetu so Francija, ZDA, Kitajska, Španija, Italija itd.) ter katere so dobre prakse, ki jih lahko manjša lokalna skupnost prevzame. Z nalogo želimo prispevati k osveščenosti o razvojnih možnostih ter potencialu turizma na podeželju (TZS 2012; UNWTO 2013).

V zaključni projektni nalogi smo predstavili teoretična izhodišča o strateških usmeritvah, ciljih in razvoju same panoge turizma v svetu; prav tako bomo predstavili tudi trende na tem področju. Primerjalno smo analizirali strategije ter vizije turistično razvitih občin v Sloveniji in svetu, ki narekujejo trende v tej panogi, ter jih tudi predstavili.

Cilj naloge je s pomočjo analize turistične panoge na lokalnem območju občine Rogatec razviti predloge za nadaljnji razvoj občine. Z analizo smo izpostavili ključne prednosti in pomanjkljivosti turistične dejavnosti v samem okolju. Razvili smo tudi predloge o tem, kako

naj se občina Rogatec prilagodi trendom ter dobrim praksam na področju turizma in kako lahko le-te še nadgradi.

### **1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev zaključne projektne naloge**

Nalogo smo razdelili na teoretični in empirični del. Teoretični del naloge smo napisali na osnovi raziskave aktualne literature, dokumentacije s področja turizma in virov s strani zaposlenih na občini Rogatec oziroma na Zavodu za kulturo, turizem in razvoj Rogatca. Opredelili smo osnovne obravnavane pojme, analizirali in primerjali spoznanja iz literature ter ugotavljali povezave in neskladja.

Jedro raziskave predstavlja empirični del, kjer smo analizirali širše in ožje zunanje dejavnike turistične panoge. Potrebne informacije smo pridobili na podlagi poizvedovanja in primerjalne analize najuspešnejših podeželskih območij, krajev (dobrih praks) v svetu.

Okvir predstavljenega problema je postavljen na podlagi teoretičnega dela iz literature in iz prakse. V teoretičnem delu je poudarek na obravnavi:

- področja strateške usmeritve turistične panoge,
- področja razvoja turistične panoge in
- trendov v turistični panogi.

V empiričnem delu raziskave smo iz teoretičnih spoznanj iz prvega dela naloge s študijo primera na konkretni občini predstavimo še praktične primere področja turistične panoge.

Za izbrano panogo smo analizirali:

- dejavnike širšega zunanjega okolja (politično, gospodarsko, socialno-kulturno, tehnološko, naravno in kulturno okolje),
- dejavnike ožjega zunanjega okolja (kupci, dobavitelji, obstoječa konkurenca, nevarnosti substitucije, nevarnosti vstopa novih konkurentov v panogo) in
- izbrane manjše turistično razvite občine v Sloveniji (Piran, Bled, Rogaška Slatina,...); opisali smo jih in primerjali njihove strategije ter vizije.

#### **1.3.1 Predpostavke**

Pri izdelavi naloge smo izhajali iz naslednjih predpostavk:

- turistična panoga je ena najpomembnejših panog v svetu; ocenjujemo, da bo tudi v prihodnje rasla in to bomo tudi raziskali,
- predpostavljamo, da je vodstvo občine zainteresirano, da se pripravi takšna raziskava, saj bo ugotovitve lahko vključilo tudi v svoje nadaljnje strateške odločitve na tem področju,
- predpostavljamo, da brez strateškega vpogleda v turistično panogo občina ne more ohraniti in razviti novih temeljnih zmožnosti (saj se je na tem trgu potrebno obnašati tržno); za to je potrebna podrobna analiza zunanjega okolja turistične panoge.

### **1.3.2 Omejitve**

Pri pisanju naloge smo si postavili naslednje omejitve:

- v teoretični raziskavi bomo zajeli tri izbrane turistično razvite slovenske občine,
- empirični del bo osredotočen na analizo dejavnikov zunanjega okolja panoge – analiza PEST+N in PORTERJEVA analiza – ter na analizo in primerjavo strategij razvoja, trženja in vizij izbranih občin,
- omejili se bomo na analizo turistične panoge v svetu in Sloveniji s poudarkom na analizi posameznih sestavin temeljnih politik izbranih slovenskih občin,
- omejitev predstavlja zmožnost posameznega raziskovalca,
- omejitev predstavlja dostop do podatkov; uporabljali bomo podatke, ki so javno dostopni in niso poslovna skrivnost,
- tri turistične občine, ki bodo zajete v tej raziskavi in so po podatkih Turistične zveze Slovenije in Statističnega urada Republike Slovenije med najbolj razvitimi ter obiskanimi.

Omejili smo se predvsem na slovenski turistični trg ter splošne svetovne trende.

## 2 TURIZEM

### 2.1 Opredelitev turizma

Z besedo turizem na splošno povežemo ogromno dogodkov oziroma pojavov, npr. potovanja, preživljanje prostega časa na izletih, rekreacijo, poslovni turizem itd. Z znanstvenega in praktičnega vidika zaradi potreb strokovnjakov, statistike ter raziskovalnega dela se je skozi zgodovino razvilo več definicij. Ena najstarejših konceptualnih definicij turizma, ki sta jo razvila pionirja v raziskovanju te panoge, Švicarja Hunziker in Krapf (1942, 21), pravi: »Turizem je skupek odnosov in pojavov, ki izhajajo iz potovanj oziroma bivanja izven stalnih prebivališč. To bivanje ne sme biti stalno oziroma povezano s pridobitveno dejavnostjo.« Trenutno je v splošni veljavi definicija Svetovne turistične organizacije Združenih narodov (UNWTO 2011, 1) (v nadaljevanju UNWTO), ki je na podlagi raziskav zapisala naslednje: »Turizem je skupek vseh aktivnosti oseb, ki potujejo izven svojega običajnega okolja za več kot en dan in ne več kot eno zaporedno leto brez presledka. Namen potovanja je lahko vsakršno opisano gibanje oziroma dejavnost, za katero ne prejmemo plačila; lahko gre za preživljanje prostega časa, sprostitev ali npr. za poslovno potovanje.« Definicije so se skozi čas spreminjale in dopolnjevale, hkrati pa je jasno, da lahko v različnih primerih uporabimo različne definicije, saj je turizem relativno širok pojem, ki se venomer širi in razvija. V Sloveniji je za statistično beleženje turističnih dogodkov oziroma pojavov zadolžen Statistični urad Republike Slovenije (2012a, poglavje 25, 2) (v nadaljevanju SURS), ki turizem definira z naslednjimi besedami: »Je splet dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo v kraju zunaj svojega običajnega okolja zaradi preživljanja prostega časa, sprostitev, poslov ali iz drugih razlogov, in sicer najmanj en dan (z najmanj eno prenočitvijo), vendar ne več kot eno leto (365 dni) brez prekinitve.«

S pojmom turizem pa je zelo povezan tudi pojem turist. Statistični urad Republike Slovenije (SURS 2012a, poglavje 25, 2) ga definira z naslednjimi besedami: »Je oseba, ki potuje zaradi preživljanja prostega časa, sprostitev, poslov ali iz drugih razlogov, vendar ne zaradi zaslužka (turist ne prejme plačila, nagrade) in ki prenoči vsaj eno noč (vendar zaporedno ne več kot 365-krat) v gostinskem ali kakem drugem nastanitvenem objektu v kraju zunaj svojega običajnega okolja. Ker je turist ob prihodu registriran v vsakem nastanitvenem objektu, v katerem se nastani, se lahko zgodi, da je med svojim bivanjem v kakem kraju/kaki državi registriran tudi večkrat. Zato prikazujemo podatke o številu prihodov turistov.« Osebe, ki obiščejo turistične znamenitosti in tam ne prenočijo, pa so enodnevni obiskovalci, ki so prav tako pomemben del turizma.

Ker v nalogi opisujemo tudi statistične podatke, velja na tem mestu omeniti še definicijo turističnih prihodov, ki jo uporabljajo tako domače kot tuje organizacije za merjenje turističnih podatkov. V SURS-ovi publikaciji metodoloških pojasnil je prihod turistov definiran kot nastanitev v objektu, s številom oseb, ki prispejo v nastanitveni objekt in se tam

prijavijo. Podatek zajema vse prijavljene osebe, tudi otroke, ki so lahko nastanjeni brezplačno. (SURS 2012a, poglavje 25, 2)

Prav tako je pomembna definicija prenočitve (SURS 2012a, poglavje 25, 2): »Je vsaka noč, ki jo turist dejansko preživi v nastanitvenem objektu (prespi ali se tam le zadržuje) ali, ko je tam le prijavljen (njegova fizična navzočnost ni nujna). Število prenočitev se izračuna po državni pripadnosti turista glede na njegov potni list in po mesecu, v katerem je turist prenočil oziroma prenočeval v turističnem objektu.«

## **2.2 Zgodovina turistične panoge**

Korenine turizma najverjetneje segajo v same začetke človeštva, zato je težko določiti sam začetek razvoja te panoge. Človek se je namreč, z namenom iskanja hrane, premikal oziroma gibal že od nekdaj. Znano je, da so si kasneje potovanja privoščili predvsem višji sloji prebivalstva – aristokrati ter bogati trgovci, ki so poleg denarja imeli tudi dovolj prostega časa. Večji del prebivalcev je živel v pomanjkanju, denarja niso imeli, večina se je ukvarjala s kmetovanjem, zato so posledično večino časa preživeli na lastnih kmetijah. Prva potovanja so se zgodila predvsem znotraj posameznih državnih meja; turizem kot ga poznamo danes, se je začel razvijati po industrijski revoluciji. Sprva predvsem v evropskih državah in Severni Ameriki, v sedemdesetih pa tudi na preostalih celinah. V tem času so si delavci izborili svojih prvih nekaj pravic, med katerimi je bil tudi dopust. Tehnološki napredek je prinesel nove možnosti za potovanje. Letalski prevozi, modernejšie ladje ter vlaki so s posodobljeno infrastrukturo omogočali hitrejše premikanje po zemeljski obli, posledično se je turizem počasi začel razvijati masovno. Pomemben dejavnik, ki ga ne smemo zanemariti, je bila tudi vedno večja kupna moč delavskega razreda (Planina in Mihalič 2002). Turistična panoga je s tem postala tudi gospodarsko zelo pomembna, saj se je v njej zaposlovalo vedno več ljudi, zato je posledično prinašala tudi veliko denarja. Zaradi raznolikosti sveta se je turizem razvil praktično v vseh državah, ki jih danes poznamo, posledica tega pa je bila vedno bolj pestra turistična ponudba. Skladno z razvojem so začele naraščati tudi potrebe in zahteve ljudi, zato so se turistični ponudniki primorani nenehno prilagajati razmeram na trgu (Zorko 1999).

## **2.3 Razvoj turizma v Sloveniji**

Turizem na Slovenskem ima približno enako dolgo tradicijo kot turizem drugod po Evropi, vendar se je zaradi nestabilnih ekonomskih, socialnih in političnih razmer razvijal počasneje. Na samem začetku sta se pri nas razvili predvsem dve obliki turizma: romarska in zdraviliška, predvsem slednja je razvila bogato tradicijo vse do danes. Eno prvih zdravilišč, ki se je vpisalo na svetovni turističnih zemljevid, je vsekakor bila Rogaška Slatina, ki se je s svojimi vrelni omenjala že v 16. stoletju, zametki zdravljenja z vodo ter prvega kopališkega poslopja pa segajo v začetek 19. stoletja. Prav tako velja omeniti, da so v začetku 19. stoletja postali turistično zanimivi tudi Radenci s svojimi mineralnimi vrelni, Postojnska jama s prvimi



odkritji, zdravilišče na Bledu ter zametki turizma na območju Portoroža. Omenjeni kraji so ponujali zdravljenje z mineralno vodo, gorsko klimo, ogled kraškega sveta in obalo, vse naštetu je med turisti še vedno izjemno priljubljeno tudi danes. Na počasnejši razvoj turizma sta prav tako vplivali obe svetovni vojni, ki pa nista prizanesli turističnim objektom. Nov zagon ter razmah je turizem na Slovenskem doživel v času bivše skupne države Jugoslavije, in sicer konec sedemdesetih let 20. stoletja (Planina 1997; JZTRS<sup>1</sup> 2011a). Prelomnica slovenskega turizma sega v obdobje po osamosvojitvi. Razpad nekdanje skupne države je bistveno vplival na upad števila nočitev. Že v letu osamosvojitve jih je bilo za 40 % manj, še posebej pa je bilo to razvidno pri številu nočitev tujih gostov, ki je upadlo za 73 %. Na to je vplivalo več dejavnikov: nestabilno politično stanje, nepoznavanje novonastale države med tujci, slaba promocija ter tudi ponudba. V skladu z naglim tehnološkim napredkom so se razvijale tudi potrebe turističnih gostov, temu pa se je morala novonastala država prilagoditi. V zadnjih dvajsetih letih se je, zaradi postopka privatizacije, organizacijska struktura slovenskega turizma bistveno spremenila. Turistični sektor je kljub temu v Sloveniji okreval relativno hitro, še posebej po letu 2000; do danes je tako število gostov in prenočitev naraščalo iz leta v leto. V letu 2012 je bilo evidentiranih 9,5 milijonov prenočitev, kar je za 3 % več kot leto poprej, vsako leto pa se večja predvsem število tujih gostov, ki predstavljajo že skoraj dve tretjini (61 %) vseh turistov. Za promocijo in povezovanje turističnih subjektov v Sloveniji skrbita predvsem dve organizaciji, in sicer nevladna in neprofitna Turistična zveza Slovenije (TZS) ter Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma (SPIRIT). Republika Slovenija se na turističnem področju trenutno trži pod sloganom I Feel Slovenia (Slovenijo čutim). Porast števila gostov se odraža tudi na gospodarski ravni. Turistična panoga tako posredno zaposluje že vsakega desetega; predstavlja več kot 12 % bruto domačega proizvoda in 40 % celotnega izvoza na področju storitev. K porastu, predvsem v zadnjih desetih letih, so vplivali predvsem sistematični pristop k iskanju rešitev na področju trženja, obnova turistične infrastrukture, oblikovanje ter spodbujanje novih oblik turizma ter sledenje oziroma prilagajanje svetovnim turističnim trendom (Brezovec in Pak 2011; TZS b. l.; TZS 2012).

---

<sup>1</sup> Javni zavod turizem Rogaška Slatina.

### 3 STRATEŠKE USMERITVE V TURISTIČNI PANOGI

#### 3.1 Svetovni trendi v turistični panogi

Kljub nedavni gospodarski krizi, v kateri so mnoge evropske države še danes, je turistični panogi uspelo ohraniti svojo stabilnost. Povprečna rast števila turističnih prihodov v svetu je med letoma 2005 in 2012 znašala 3,6 %, največja je bila v državah v razvoju (4,8 %). Izstopa predvsem azijsko-pacifiška regija s 6,2 % povprečno rastjo, slednja se je v zadnjih dvajsetih letih močno dvignila na gospodarskem področju, posledično tudi v samem turizmu. V letu 2000 so države Severne Amerike beležile skoraj 20 milijonov prihodov turistov več od zgoraj omenjene azijsko-pacifiške regije; v letu 2012 pa so kljub zmerni rasti beležile že za 70 milijonov prihodov manj od te regije. Spremembe turistične moči posameznih regij je moč pripisati predvsem večji dostopnosti omenjenih regij, spremenjenim turističnim navadam in prerazporeditvi kupne moči. Najpogostejša razloga za potovanje ostajata preživljanje prostega časa in rekreacija (52 %), sledijo obiski prijateljev, družine in verski razlogi (27 %), nato poslovna potovanja (14 %) in ostalo (7 %) (UNWTO, 2013).

V zadnjih nekaj desetletjih je turizem, kljub manjšim pretresom, dosegal trajnostno rast in postajal vedno bolj raznovrsten. S tem se je razvil v enega največjih gospodarskih sektorjev na svetu. Posredno turizem ustvari za več kot 9 % svetovnega BDP-ja, še v letu 1950 so zabeležili zgolj 50 milijonov turističnih prihodov, 62 let kasneje, v letu 2012, pa že 1.035 milijonov. Turistični prihodki so v letu 2012 znašali že 1,36 bilijona evrov, trendi pa nakazujejo, da bo turističnih prihodov že v letu 2030 približno 1,8 milijarde (UNWTO, 2013).

**Preglednica 1: Število prihodov turistov v svetu**

	Prihodi turistov v milijonih							Delež (%)	Povprečna letna rast (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2012	2005-2012
<b>Svet</b>	436,0	529,0	677,0	807,0	949,0	995,0	1.035,0	100,0	3,6
<b>Razvite države</b>	297,0	336,0	420,0	459,0	506,0	530,0	551,0	53,2	2,6
<b>Države v razvoju</b>	139,0	193,0	256,0	347,0	443,0	465,0	484,0	46,8	4,8
Evropa	262,7	305,9	388,0	448,9	485,5	516,4	534,2	51,6	2,5
Azija in Oceanija	55,8	82,0	110,1	153,6	205,1	218,2	233,6	22,6	6,2
Severna in Južna Amerika	92,8	109,0	128,2	133,3	150,4	156,0	163,1	15,8	2,9
Afrika	14,8	18,8	26,2	34,8	49,9	49,4	52,4	5,1	6,0
Bližnji Vzhod	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	54,9	52,0	5,0	5,2

Vir: UNWTO Tourism Highlights 2013, 15

Vsebinski vidik turističnih trendov odseva sliko trendov v mnogih drugih gospodarskih panogah. Kupci, v našem primeru turisti, so iz leta v leto bolj zahtevni, ključ do izpolnjevanja njihovih potreb je prilagajanje na samem trgu po njegovih željah. Moderen turist si, kot že rečeno, poleg udobja in ugodne cene želi tudi doživetij, tako športnih kot kulinarčnih.

Ocenjujemo, da bodo najbolj uspešne tiste destinacije, ki se bodo znale v čim krajšem času najbolje prilagoditi končnim potrošnikom – turistom. Zaradi načina življenja in tudi raznovrstne ponudbe veliko turistov daje prednost zelenemu oziroma trajnostnemu turizmu. Prav tako je v zadnjem času na turistično panogo močno začela vplivati tehnologija. S področja marketinških rešitev je razvidno, da so kupci vedno bolj mobilni, informacije pa vse pogosteje iščejo preko digitalnih medijev. Posledica vsega tega je tudi lažja dostopnost do novih turističnih destinacij, ki postajajo cenovno konkurenčne že obstoječim (Pedro 2013, Richards 2011).

V nadaljevanju predstavljamo trende prihodnosti, ki so predstavljeni na portalu [www.responsibletravel.com](http://www.responsibletravel.com). To so potovanje z razlogom, lokalno, alternativni transport, spreminjajoče se podnebne razmere in načrtovanje prihodnosti ter označevanje počitnic in potovanj.

Potovanje z razlogom se od tradicionalnega paketnega potovanja, katerega ponuja večina turističnih agencij, razlikuje v tem, da si sodoben turist želi izkusiti predvsem avtentičnost krajev, ki jih bo obiskal. Želi videti ter doživeti posebnosti lokalnega okolja, pa naj si gre za kulturo, kulinarične dobrote ali športne aktivnosti. Predvidevanja gredo tudi v to smer, da bodo z naraščajočimi stroški letenja potovanja krajše narave, predvsem znotraj držav oziroma kontinentov. Prav tako bodo turistični ponudniki zaradi naraščajočih stroškov začeli iskati in ponujati lokalne vire (hrano, zaposlene ipd.). V skladu z omenjenimi višjimi stroški bodo turisti začeli potovati s preostalimi načini prevoza, npr. z vlaki ali ladjami. Sama pot bo postala pomemben del potovanja. Veliko destinacij se bo prisiljeno prilagoditi podnebnim spremembam; mnogim nižje ležečim zimskim turističnim središčem so škrti dnevi, zato so se prvi izmed njih že začeli nagibati k nudenju poletnih aktivnosti. Poudarek bo na pravilnem predvidevanju oziroma načrtovanju aktivnosti v prihodnosti. Podobno kot ga danes videmo v trgovinski panogi, kjer poznamo mnoge oznake na prehrambnih izdelkih, npr. lokalno pridelano ali organsko, bo ta trend vedno bolj prisoten tudi v turizmu (Francis b. l.).

### **3.2 Vpliv svetovnih trendov na turistično panogo v Sloveniji**

Predvsem v razvitih državah v zadnjem času stavijo na t.i. trajnostni razvoj turizma (več o tem pojmu smo predstavili v podglavju 5.5.1 Trajnostni razvoj). Gre za trend, ki vpliva na vse ravni turizma, od organizacije, trženja, infrastrukture do ponudbe. Ocenjujemo, da na panogo slovenskega turizma, vplivajo predvsem trendi na področju promocije, ki je v zadnjih letih precej napredovala. Slovenski ponudniki so se namreč precej prilagodili trgu, saj na tem področju sledijo najnovejšim trendom. To potrjujejo tako novi načini komuniciranja s potencialnimi strankami (socialna omrežja) kot tudi slogani in uporaba najnovejših tehnologij pri samem trženju.

### **3.3 Priložnosti in izzivi v turistični panogi po svetu in v Sloveniji**

Tako turizem v svetu kot tudi slovenski turizem se bosta soočala s podobnimi izzivi v prihodnosti. Po mnenju Evropske komisije je ključ do uspešnega razvoja turizma v državah članicah EU prilagajanje svetovnim trendom ob upoštevanju značilnosti, strukture turističnega sektorja. Tudi turizem se sooča z vedno večjo konkurenco; kot smo že napisali, je nagel razvoj omogočil lažji dostop do držav v razvoju. Evropske destinacije, ki sicer še vedno predstavljajo polovico vseh turističnih prihodov v svetu, bodo morale svojo ponudbo graditi predvsem na kakovosti in trajnostnem turizmu. Potrebno bo izkoristiti nišne priložnosti, raznoliko pokrajino ter bogato kulturno dediščino, ki se je oblikovala skozi zgodovino. Eden od izzivov bo prav tako prilagoditi se demografskim spremembam. To pomeni predvsem izkoristiti oziroma najti rešitev za vedno večji delež starejšega prebivalstva. Zaradi načina življenja bodo starejši imeli več prostega časa kot preostale starostne skupine, hkrati pa bodo imeli tudi relativno veliko kupno moč. Kot smo že omenili, bodo v prihodnje zelo pomembno na turizem vplivale tudi podnebne spremembe. Dvig višine morja, otoplitve v nižje ležečih gorskih središčih in ekstremni vremenski pojavi bodo poskrbeli, da bodo ponudniki v prihodnje, s pomočjo nacionalnih strategij, morali upoštevati morebitne omejitve. Na razvoj in trženje ponudbe bo z vedno večjo hitrostjo vplival tudi razvoj tehnologije. Dostopnost do podatkov, ozaveščenost o storitvah in ponudbi sta le eni od prednosti uporabe sodobne tehnologije s strani potencialnih turistov. Za mlajše generacije je značilno, da s pomočjo tehnologije dobro poznajo različne ponudnike storitev, zato sta kakovost ter cena ponudbe v tem primeru še kako zelo pomembna. Poudariti velja, da bodo potencialni turisti iskali predvsem drugačna doživetja od njihovih vsakdanjikov. Namesto poležavanj bodo vse bolj cenili avtentične izkušnje, pristnost ipd (SPIRIT b. l. a).

Svetovni ekonomski forum izvaja raziskavo Indeks turistične konkurenčnosti, na podlagi katere je Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma 2012–2016<sup>2</sup> izpostavilo ključne pomanjkljivosti slovenskega turizma. Za izboljšanje konkurenčnosti bi bilo potrebno popraviti odprtost do tujih naložb, odprtost za dvostranske dogovore v zračnem prometu ter letališke takse, letališko in železniško infrastruktura; prednosti, ki jih vlada namenja turizmu, pa so učinkovitost trženja, prožnost zaposlovanja delovne sile in predpisi na področju delovne zakonodaje, število znamenitosti svetovne kulturne dediščine, cene goriv in odnos prebivalcev do turistov (Vlada RS 2012).

### **3.4 Strategije razvoja in trženja turizma v Sloveniji**

Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma 2012–2016 je pripravilo strateški načrt za razvoj turizma pri nas v nadaljnjih petih letih. Sprejeta strategija bo temeljila na trajnostnem

---

<sup>2</sup> Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma 2012–2016 tvorijo Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Slovenska turistična organizacija, Turistično gostinska zbornica, Obrtno podjetniška zbornica (Sekcija za gostinstvo in turizem) in Turistična zveza Slovenije (Vlada RS 2012).

razvoju, kar pomeni, na skrbi za socialno, kulturno, naravno in ekonomsko okolje. S vsebinskega vidika je razvidno, da so glavni cilji aktualne strategije povečanje konkurenčnosti, izboljšanje kakovosti življenja, javni ugled ter razvoj turizma in prepoznavnost oziroma ugled države Slovenije v svetu. Poudarek bo torej na zapisanih ciljnih, z dosego katerih želi turistični sektor postati prepoznaven po odličnosti in predvsem kot zelena, aktivna ter osveščena destinacija (Vlada RS 2012).

V Partnerstvu za trajnostni razvoj slovenskega turizma 2012–2016 menijo, da je za povečanje konkurenčnosti potrebno še naprej vlagati v razvoj samih destinacij. Zelo pomembno je, da se sredstva vlagajo tudi v raziskave in razvoj, na podlagi katerih se sprejemajo nadaljnje odločitve o usmeritvi turističnih subjektov. Prav tako si želijo sodelovanja z izobraževalnimi ustanovami, s pomočjo katerih bi povečali stopnjo izobraženosti med zaposlenimi v turizmu in spodbudili inovativnost v razvoju turističnih produktov. S pomočjo države bodo spodbujali investicije v infrastrukturo, ki bo zgrajena po ekoloških, zelenih standardih, in zastopali Slovenijo na mednarodni ravni pri sprejemanju nadaljnjih strateških usmeritev. Sodelovanje z državo in njenimi institucijami bo nujno potrebno tudi za zagotovitev ugodnega poslovnega okolja. Zapisali so, da bi vlada morala zagotoviti učinkovito sodelovanje med vsemi državnimi organizacijami z namenom ustrezne rabe politik ter finančnih instrumentov pri trajnostnem razvoju. Za dosego ugodnega poslovnega okolja in boljše organizacije bo potrebno uspešno sodelovanje tako na državni kot tudi na regionalni in lokalni ravni. Nadaljnja rast prihodov turistov bo precej odvisna tudi od učinkovite promocije oziroma trženja Slovenije. V strategiji je zapisano, da mora Slovenija za dosego ciljev postati še bolj prepoznavna na mednarodnem turističnem trgu, ob tem pa je potrebno upoštevati izbrane ciljne segmente kupcev. Potrebno je izkoristiti prednosti blagovne znamke Slovenija in zagotoviti njeno rabo v celotni turistični panogi ter tudi drugod. Ob bogatih izkušnjah in primerih dobre prakse je treba blagovno znamko še naprej razvijati in tržiti s čim bolj inovativnimi pristopi (Vlada RS 2012).

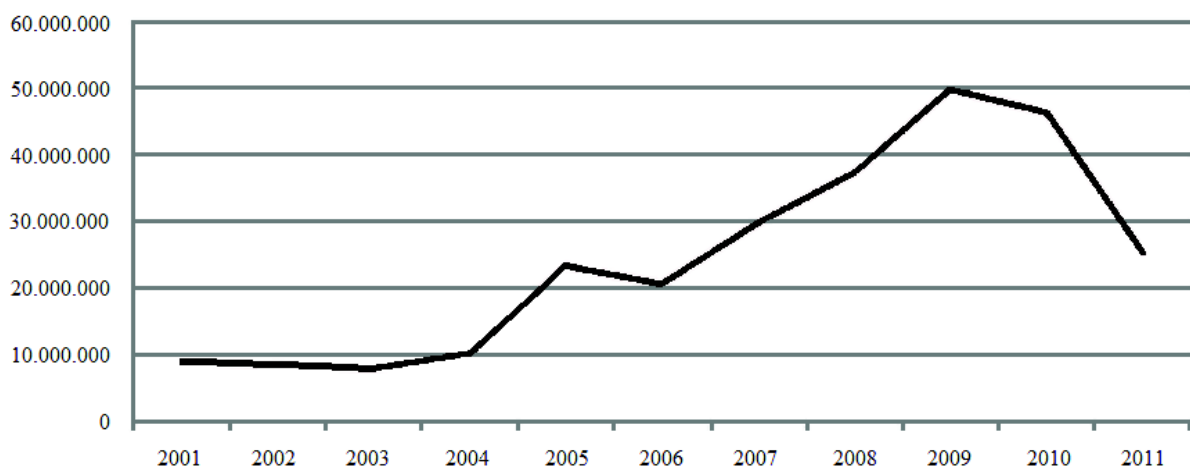
Za nadaljnjih pet let so v sprejeti strategiji zapisani tudi količinski cilji: na področju prihoda turistov je predvidena 4 % rast na letni ravni, na področju prenočitev 2 % rast na letni ravni in na področju prilivov, ki nastanejo z izvozom potovanj, 6–8 % letna rast (Vlada RS 2012).

Agencija SPIRIT s svojim oddelkom, ki je odgovoren za turizem, skrbi za promocijo slovenskega turizma. Svoje aktivnosti izvajajo tako sami kot tudi v sodelovanju s preostalo slovensko turistično industrijo. Zelo poznan je portal [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info), v sklopu katerega poteka ogromno marketinških akcij in preko katerega lahko vsak turist pridobi veliko koristnih informacij. Ena ključnih dejavnosti agencije je promocija Slovenije pri mednarodnih turističnih ponudnikih, poslovnih delegacijah ter pri domačih in tujih časopisnih hišah. SPIRIT je v zadnjem času izpeljal nemalo uspešnih projektov. Med najbolj znanimi sta vsekakor lansiranje Turistične tiskovne agencije (TTA) in izdajanje revije *Turizem*, ki je revija o managementu in trženju v turizmu. V organizaciji skrbijo tudi za pripravo

promocijsko-informacijskega materiala, v sklopu katerega so razvili tudi slogan »I feel Slovenia« oziroma Slovenijo čutim. Slednji je vzbudil veliko zanimanje tudi v tujini, saj ga je portal »About Tourism« izbral kot odličen primer inovativnega trženja s pomočjo socialnih medijev (SPIRIT 2013).

### 3.5 Vlaganje v raziskave in razvoj, v turizmu, po svetu in v Sloveniji

V Sloveniji je za raziskave in razvoj zadolžena javna agencija SPIRIT, Sektor za turizem. Vsako leto izdajo brošuro Slovenski turizem v številkah, v kateri so zabeleženi vsi pomembnejši statistični podatki o turizmu na Slovenskem. V že zgoraj omenjeni Strategiji razvoja slovenskega turizma 2012–2016 so partnerji podrobneje analizirali tudi razmere na področju raziskav in razvoja. Ugotovili so, da je država v obdobju zadnjih deset let v razvoj turizma in pripadajoče infrastrukture vložila 269 milijonov evrov, od tega skoraj 183 milijonov za naložbe in 86 milijonov evrov predvsem za promocijo. Omenjena sredstva so le del naložb celotnega turističnega sektorja (zasebnega in javnega); skupna vrednost vseh naložb je znašala približno 650 milijonov evrov. Z omenjenim zneskom je bilo z že zaključenimi projekti realiziranih 1.252 novih zaposlitev ter 6.679 prenočitvenih zmogljivosti (Vlada RS 2012).



Slika 1: Prikaz proračunskih in sredstev EU

Vir: Vlada RS 2012

Slika prikazuje gibanje razpoložljivih sredstev proračuna Republike Slovenije, ki so namenjena turizmu. Iz grafa na sliki sta razvidna predvsem dva večja skoka, in sicer prvi, ko so sredstva, po vstopu v Evropsko unijo, skokovito narasla, in drugi, ko je Slovenija zapadla v recesijo (Vlada RS 2012).

## **4 OBČINA ROGATEC**

### **4.1 Opredelitev podeželskega turizma**

Ob pojmu podeželski turizem bi marsikdo pomislil na turistične kmetije, vendar lahko zapišemo, da izraz podeželski turizem označuje zgolj območje, na katerem se turistična dejavnost izvaja (Pregl 2009). V tem primeru je terminologija precej specifične narave, saj smo na različne definicije (odvisno od namena uporabe) naleteli že, ko smo opredeljevali sam turizem. Ob izrazu podeželski turizem se pogosto uporablja tudi izraz ruralni turizem. Kovačič (2003) v svojem delu ugotavlja, da je turizem poleg kmetijstva in gozdarstva ena od vodilnih ekonomskih panog na obravnavanem območju. Pojem podeželski turizem po njegovem mnenju tako označuje tipične in posebne oblike turistične ponudbe.

### **4.2 Predstavitev občine**

Občina Rogatec je nastala leta 1994 z odcepitvijo od nekdanje skupne občine Šmarje pri Jelšah. Gre za eno od manjših občin v Sloveniji, ki leži na jugovzhodu Slovenije, ob meji z Republiko Hrvaško. Občina po površini meri 39,6 km<sup>2</sup>, nahaja se na 232 m nadmorske višine, po podatkih SURS-a (SURS 2011a) iz leta 2011 pa je imela 3.162 prebivalcev. Sestavlja jo devet naselij, ki so razdeljena v tri krajevne skupnosti, in sicer KS Rogatec, KS Donačka Gora in KS Dobovec. Občina je že od nekdanj stičišče pomembnih prometnih poti. Ceste povezujejo Savinjsko regijo s Ptujem, z dvema mejnima prehodoma pa tudi Republiko Slovenijo z Republiko Hrvaško. Leta 1903 so v kraju dokončali železniško progo, ki je bila priključek t.i. Južne železnice; do razpada bivše skupne države je od leta 1930 prav tako povezovala Rogatec s hrvaško občino, Krapino (Občina Rogatec 2004a).

Sam kraj ima precej pestro zgodovino. Prve omembe imena Rogatec segajo že v rimsko dobo, kar potrjujejo tudi najdbe iz tega obdobja. Da je bil kraj že od nekdanj relativno pomembno prometno ter trgovsko središče, pričajo tudi dogodki iz zgodovine. Že leta 1535 je Rogatec, z listino kralja Ferdinanda, pridobil trške pravice in svoj prvi grb, kar ga uvršča med najstarejše trge na Slovenskem. Trg je bil obdan z obzidjem in je imel dvojna vrata, zato se v zgodovinskih zapisih večkrat omenja tudi kot mesto. Karakteristike kraja ter njegova lega so pripomogli k temu, da je na tem območju gospodarsko dobro uspevala trgovina, v kraju samem je bilo moč najti številne obrtnike, ki so bili poznani tudi drugje na Slovenskem. Še pred tem dogodkom, prvi zapisi omenjajo grad Gornji Rogatec, ki je verjetno bil zgrajen že v 11. stoletju, v pisnih virih pa se omenja šele konec 12. stoletja. Leta 1130 se pojavijo tudi prve oblike zapisa o imenu Rogatec, in sicer Purch von Rohacz ter kasneje še Roas, Rohats, Rohates itd. Od zgoraj omenjenega gradu so danes ostale le še razvaline, saj je zaradi nevzdrževanja propadel, je pa zato obnovljen drugi dvorec, ki je bil zgrajen sredi 15. stoletja. Gre za Dvorec Strmol, ki s svojo slikovito ter bogato dediščino predstavlja eno glavnih turističnih zanimivosti kraja. V 19. in na začetku 20. stoletja je bilo v njem tudi okrajno

sodišče, o čemer pričajo grajske ječe, v katerih je danes urejena posebna vinska klet (Občina Rogatec 2004b).

### **4.3 Turistična ponudba v kraju**

Turistično ponudbo na tem območju lahko razdelimo v več sklopov: na kulturno in naravno dediščino ter na športno rekreacijski del.

*Kulturno dediščina:*

- Srednjeveški trg Rogatec,
- razvaline gradu Gornji Rogatec,
- Dvorec Strmol,
- Muzej na prostem Rogatec in
- sakralna dediščina.

Srednjeveški trg Rogatec je nastal pod zgoraj omenjenim gradom Gornji Rogatec ter Dvorcem Strmol. Leži v manjši dolini, na levi strani potoka Draganja, s severne strani ga obdaja Donačka gora, z južne mejna reka Sotla. Zgodovina trga je precej bogata, saj je trg večkrat pogorel, bil pa je tudi na udaru naravnih katastrof (npr. roji kobilic ter razne bolezni). Deli trga so bili sezidani iz kamna, ki so ga pridelovali v bližnjih kamnolomih v Logu, kar mu daje unikaten izgled. O gradu Gornji Rogatec smo nekaj že napisali, velja pa omeniti še nekaj malenkosti. Imel je namreč trojno obzidje, kar mu je dalo pomembno obrambno, vojaško funkcijo. V svoji bogati zgodovini je v 15. stoletju popolnoma pogorel, vendar so ga nemudoma obnovili. Sredi 19. stoletja je grad, kot smo že omenili, postopoma propadel, saj ga lastniki grofje Attemsi, niso več vzdrževali. Danes so ohranjeni zgolj še deli kamnitih zidov. Dvorec Strmol je temeljito prenovi nazadnje doživel leta 2003, obnavljali pa so ga kar osem let. V dvorcu se trenutno nahajajo tako stalne kot tudi začasno razstavljene muzejske zbirke. Del dvorca je opremljen v srednjeveškem stilu z viteško, baročno ter degustacijsko sobo, črno kuhinjo, sprejemnico, vinoteko in kapelico. V njem sta poročna ter konferenčna dvorana, ponuja tudi gostinske storitve v temu namenjenih prostorih. V občini je postavljenih tudi precej sakralnih objektov. Ti so s svojimi freskami in oltarji, ki so delo po večini domačih obrtnikov, pomemben del kulturno-zgodovinske dediščine (Občina Rogatec 2004b).

Verjetno najbolj poznan objekt kulturne dediščine v rogaški občini je Muzej na prostem Rogatec. Gre za največji etnološki muzej na prostem v Sloveniji in enega največjih v srednji Evropi, ki je bil leta 1997, med drugim, nominiran tudi za evropski muzej leta. 1999. ga je Vlada Republike Slovenije razglasila za kulturni spomenik državnega pomena. Muzej velja za stalno muzejsko zbirko, v kateri so predstavljeni način življenja ter delo kmetov in obrtnikov na tem geografskem območju. Z obstoječimi objekti je razstavljena stavbna zapuščina subpanonskega tipa, v kateri so v 19. in 20. stoletju prebivali okoliški prebivalci. Prvi postavljeni objekt je predstavljala rekonstrukcija rojstne hiše slovenskega pesnika, novinarja



in urednika Jožeta Šmita, kasneje so ob njem zrasli še drugi gospodarski ter obrtniški objekti. Danes muzej sestavlja več kot deset objektov, in sicer stanovanjska hiša, gospodarsko poslopje, kozolec, svinjak<sup>3</sup>, čebeljak, poljsko stranišče, vodnjak, kovačnica, viničarska hiša, kamnarska bajta, lodn<sup>4</sup>, v načrtu pa so še izgradnja hiše manjšega kmeta, sodarska delavnica, vinograd ter sadovnjak s sušilnico sadja. V muzeju ohranjajo etnološko ter kulturno dediščino z raznimi prikazi starih običajev, kot so peka kruha, kovanje, pletenje iz ličja itd (Občina Rogatec 2004c).

#### *Naravna dediščina:*

- pragozd na Donački gori,
- kamnolomi,
- gozdni rezervat Log ob Sotli,
- izvir reke Sotle in
- jezero Majdan pri Trličnem.

Donačka gora je zaradi svojih treh vrhov poznana tudi kot Štajerski Triglav. Zaradi svoje oblike in višinske razlike njene okolice jo štejemo med gore; ima 884 m nadmorske višine. Na njej se nahaja 27 hektarjev velik pragozd, v katerem se je zaradi ugodne lege razvila bogata flora. V višjih predelih, na sončni strani gore, uspeva Juvanov netresk, to je tudi edino znano nahajališče te rastline v Sloveniji. Posebnost višje ležečega predela, Loga pri Rogatcu, je tudi kamninska struktura iz kremenovega peščenjaka. Že v 17. stoletju se je namreč na tem območju razvila bogata kamnoseška obrt, ki je danes, razen redkih posameznikov, ki tradicijo ohranjajo v sklopu muzeja ali sami, popolnoma opuščena. V kamnolomih so izdelovali predvsem bruse, ki so bili namenjeni za večje industrijske obrate, mline in tudi za osebno rabo. Izvir mejne reke Sotle se prav tako nahaja na hribovitem območju Loga pri Rogatcu, kjer se razprostira tudi bogat gozdni rezervat. Značilni drevesi za to območje sta bukev in hrast. Zgoraj naštetе naravne dediščine se nahajajo v okolici kraja Rogatec in so del občine. Tudi zadnja znamenitost, jezerce Majdan pri Trličnem, leži v dolini pod krajem Log pri Rogatcu. Jezero je veliko približno 30 m<sup>2</sup> in je nastalo v opuščnem rudniku kremenovega peska, ki so ga uporabljali kot material v bližnjih steklarskih objektih (Občina Rogatec 2004č; RA Sotla b. l.).

#### *Šport in rekreacija:*

- Športni park Rogatec,
- Konjeniški klub Strmol in
- hrib Donačka gora.

Precej novejši del turistične ponudbe v Rogatcu predstavlja športno rekreacijski del. V sklop Športnega parka Rogatec spadajo večnamenska klimatizirana športna dvorana, dva zunanja

---

<sup>3</sup> Hlev za svinje.

<sup>4</sup> Trška trgovina z mešanim blagom.

igrišča za odbojko na mivki, malo nogometno igrišče na umetni travi, veliko igrišče na umetni travi ter veliko nogometno igrišče na naravni travnati površini. Objekti so bili po najnovejših standardih zgrajeni leta 2009 in so primerni tako za športne kot tudi kulturne prireditve. Športna dvorana s površino 1800 m<sup>2</sup> ima 700 sedežev, plesno dvorano ter plezalno steno (Združenje športnih centrov Slovenije 2006). V samem kraju ima svoje prostore tudi Konjeniški klub Strmol, kjer so na voljo šola jezenja, rekreativno jezenje, vodeni ogledi itd. Donačka gora ni znana le po svojem naravnem bogastvu, temveč tudi po športnih dejavnostih. Na 586-ih metrih nadmorske višine se nahaja Rudijev dom, ki je izhodiščna planinska točka pred vzponom na vrh. Na slednjega vodijo urejene planinske poti iz smeri Rogatca, Žetal in Boča. Je pa poleg planinarjenja Donačka gora priljubljena še za eno obliko športa, ki je bolj adrenalinske narave. Lega gore omogoča odlične jadralske pogoje, zato je Donačka postala popularno vzletišče mnogih jadrancev (Občina Rogatec 2004d).

#### **4.4 Turistična ponudba v bližnji okolici**

Občina Rogatec meji na občino Rogaška Slatina, ki je med najbolj turistično razvitimi kraji v Sloveniji, med te pa štejemo tudi bližnjo občino Podčetrtek.

O bogati zgodovini enega najstarejših evropskih zdravilišč pričajo najdbe že iz rimskih in keltskih časov. Prvi znani zapisi o zdravilni vodi izhajajo iz 16. stoletja, najbolj poznana med njimi je danes zagotovo mineralna voda Donat Mg, ki velja za vodo z največjo vsebnostjo magnezija. Posebnost zdravilišča je velik park, ki je bil zasnovan že v prvi polovici 19. stoletja, okoli njega stojijo današnji hoteli s templjem ter zgradbo, ki je namenjena zdravstvenim storitvam (JZTRS 2011a; JZTRS 2011b). Rogaška Slatina poleg bogatega zdraviliškega programa ponuja wellness in spa turizem, organizacijo kongresnih dogodkov in seminarjev ter pester nabor športnega turizma. V kraju je veliko kolesarskih poti, dve večnamenski športni dvorani, ena večjih tenis dvoran s fitnessom ter skvoš igriščem ter športni park, v sklopu katerega se nahajajo dva nogometna igrišča ter dvorana za balinanje. Poleg zgoraj naštetega Rogaška ponuja tudi precej naravnih znamenitosti, med katerimi je zagotovo najbolj znana gora Boč, ki meri 979 višinskih metrov, z razglednim stolpom na vrhu pa 1000 metrov.

Podčetrtek je prav tako poznan po zdraviliškem turizmu, in sicer po t.i. Termah Olimia, ki so ime dobile po bližnjem kraju Olimje. V slednjem se nahaja minoritski samostan (gre za grad, katerega namembnost je samostanska dejavnost), zametki objekta naj bi bili zgrajeni že v 11. stoletju. Posebnost samostana je tretja najstarejša lekarna v Evropi (Olimje b. l.). V bližini Podčetrтка si je možno ogledati tudi Jelenov greben, kjer lahko vidite jelene vrste damjak in muflone v naravnem okolju ter tudi znano čokoladnico. Kot v večini krajev je tudi v občini Podčetrtek dobro poskrbljeno za šport in rekreacijo. Temu je namenjena večnamenska športna dvorana, v kateri so tenis igrišča in površina za skvoš. V neposredni bližini je tudi igrišče za golf z devetimi igralnimi polji.

Na območju Obsotelja in Kozjanskega<sup>5</sup>, v katerega spada tudi občina Rogatec, si prav tako velja ogledati nekatere znamenitosti. Med bolj znane sodi Grad Podsreda, ki je med najbolj znanimi gradovi, zgrajenimi v romanskem slogu, na Slovenskem. Grad se pisno omenja že v 13. stoletju, zgrajen pa naj bi bil še stoletje prej (Kozjanski park b. l.).

---

<sup>5</sup> Obsotelje in Kozjansko je območje, ki zajema občine Rogatec, Rogaška Slatina, Šmarje pri Jelšah, Podčetrtek in Kozje.

## **5 ANALIZA DEJAVNIKOV ŠIRŠEGA ZUNANJEGA OKOLJA**

Tako kot v podjetjih je tudi v javnih upravah potreben analizni pristop k načrtovanju strateških usmeritev določene organizacije oziroma panoge. S pomočjo analize dejavnikov širšega zunanjskega okolja bomo analizirali politično, gospodarsko, socialno-kulturno, tehnološko in naravno okolje, znotraj katerega deluje organizacija. Je pa od posameznega avtorja oziroma opredelitve odvisno, katere dejavnike vključujejo, nekatere zgolj prve štiri naštetih, nekatere pa zgoraj naštetim, petim, dodajo tudi pravne dejavnike okolja.

### **5.1 Politično okolje**

V okviru podpoglavja Politično okolje predstavljamo vplive političnega okolja v Sloveniji, način sprejemanja odločitev ter povezanost državne zakonodaje in organizacij s turistično panogo.

#### ***5.1.1 Politični sistem in način sprejemanja odločitev***

Slovenija je relativno mlada država, saj je na političnem zemljevidu šele od leta 1991. V ustavi, kot najvišjem pravnem aktu, je zapisano, da je Slovenija demokratična republika, v kateri se državna ureditev deli na zakonodajno (državni zbor in državni svet), izvršilno (vlada) in sodno oblast.

#### ***5.1.2 Povezanost turistične panoge z državo***

Zakonodaja v povezavi s turistično panogo:

- Zakon o spodbujanju razvoja turizma (Ur. l. RS, 02/04).
- Zakon o gostinstvu (Ur. l. RS, št.1/95, 29/95, 44/96, 40/99, 36/00, 110/02, 04/06).
- Zakon o gorskih vodnikih (Ur. l. RS, št. 63/99, 37/04, 99/04).
- Zakon o igrah na srečo (Ur. l. RS, št.27/95, 85/01, 101/03, 134/03, 132/04).
- Zakon o varnosti na smučiščih (Ur. l. RS, št.110/02, 98/05, 3/06).

V zakonih republike Slovenije pa je tudi veliko takih, ki posredno vplivajo na delovanje turistične panoge, npr. Zakon o gospodarskih družbah, Zakon o delovnih razmerjih, Zakon o podpornem okolju za podjetništvo itn. (MGRT 2006).

Na tem mestu bi natančneje opredelili zgolj Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT). ZSRT ureja načrtovanje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma, določa organiziranost izvajanja turistične politike na nacionalni ravni, načrtovanje, organiziranje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma na ravni turističnega območja, določa turistično takso in druga sredstva za izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma na nacionalni ravni in na ravni turističnega območja. Zakon določa tudi pogoje za opravljanje dejavnosti

organiziranja in prodaje turističnih aranžmajev, turističnega vodenja in spremljanja ter turističnih športnih storitev kot pridobitne dejavnosti (ZRST 2004).

*Glavni udeleženci slovenske turistične panoge:*

- Vlada republike Slovenije oziroma pristojno Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo – Direktorat za turizem in internacionalizacijo.
- Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma (SPIRIT Slovenija), Sektor za turizem.
- Turistična zveza Slovenije (TZS).
- Lokalne turistične organizacije (LTO-ji).
- Turistična društva in zavodi.
- Nacionalno turistično združenje (NTZ).
- Turistična združenja, skupnosti in zveze (npr. Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč, Združenje turističnih agencij Slovenije itn.).
- Turistično gostinska zbornica Slovenije (pod okriljem Gospodarske zbornice Slovenije).
- Sekcija za gostinstvo in turizem (pod okriljem Obrtne zbornice Slovenije).
- Turistična tiskovna agencija (TTA).
- Gospodarski turistični subjekti.

Na zgornjem seznamu so omenjene najbolj znane organizacije, ki povezujejo državo in gospodarstvo.

## **5.2 Gospodarsko okolje**

V okviru gospodarskega področja bomo predstavili nekaj tipičnih kazalnikov gospodarske uspešnosti, in sicer bruto domači proizvod, inflacijo, trg dela, konsolidirani dolg države, izvoz in uvoz, zasebno in državno potrošnjo, bruto investicije v osnovna sredstva in prevzem evra.

### **5.2.1 Bruto domači proizvod, inflacija, trg dela in konsolidiran dolg države**

Bruto domači proizvod (BDP) je v Sloveniji, v letu 2012, znašal 35,46 milijarde evrov, kar je nominalno<sup>6</sup> 2,0 %, realno<sup>7</sup> pa za 2,3 % manj kot leto poprej. Od leta 2008, ko je bil BDP najvišji in je znašal 37,244 milijarde evrov, se je le-ta zmanjšal za 4,77 %. V primerjavi s povprečjem držav EU je v letu 2012 znašal le še 82 % (Eurostat 2012). V UMAR-jevi poletni napovedi gospodarskih gibanj je zmanjšanje BDP-ja za leto 2013 ocenjeno na 2,4 %, za leto 2014, ko naj bi BDP znašal 35.455 milijonov evrov, pa za 0,2 % (UMAR 2012a).

Urad RS za makroekonomske analize in razvoj v svoji publikaciji, Ekonomsko ogledalo, december 2012, ugotavlja, da so se cene življenjskih potrebščin na medletni ravni v Sloveniji

---

<sup>6</sup> Nominalni bruto domači proizvod je izračunan po trenutnih cenah, z všteto inflacijo.

<sup>7</sup> Realni bruto domači proizvod se izračuna brez inflacije in je zato časovno primerljiv.

dvignile za 2,7 %, kar je za 0,5 % več od povprečja Evropske unije. Na povišanje cen so vplivali predvsem dražja hrana, goriva in nekatere storitve. UMAR ugotavlja, da naj bi se stopnja inflacije na medletni ravni v letu 2013 zmanjšala za 0,6 %, v letu 2014 pa še za dodatnih 0,7 %, ko naj bi znašala 1,4 % (UMAR 2012a).

Na trgu dela se je stanje močno poslabšalo predvsem proti koncu leta 2012. Konec leta je namreč, po podatkih UMAR-ja, bilo že 118.061 registriranih brezposelnih oseb oziroma je stopnja brezposelnosti znašala 12 %. Povprečna stopnja brezposelnosti v Evropski uniji je leta 2012 znašala 10,5 %. Še posebej je stopnja brezposelnosti visoka med deležem mladega prebivalstva, in sicer je, po podatkih Eurostata (Eurostat, 2013a), decembra 2012 znašala 23,2 %. Povprečna bruto plača zaposlenega v zasebnem sektorju je v letu 2012 ostala na približno enaki ravni kot leto prej, saj se je povišala za zgolj 10 evrov in je tako znaša 1.461,58 evrov. V letu 2012 pa se je povprečna bruto plača v javnem sektorju opazneje znižala, in sicer za dobrih 71 evrov, kar je predvsem posledica uveljavitve Zakona za uravnoteženje javnih financ (ZUJF). Pred tem je po podatkih UMAR-ja v zadnjih treh letih stagnirala na približno enaki ravni (UMAR 2012a). Za leto 2013 je napovedana stagnacija bruto plač v zasebnem sektorju, v slednjem pa je v letu 2014 napovedano povišanje za 1,0 %. V javnem sektorju je v letu 2013 predvideno zmanjšanje bruto plač za 3,0 %, kot posledica uveljavitve ZUJF, v letu 2014 pa je, v poletni UMAR-jevi napovedi, predvidena rast za 1,0 %. Negativna pa je prav tako napoved stopnje registrirane brezposelnosti, ki naj bi se v naslednjih dveh letih povišala. V letu 2013 naj bi bila višja za 1,4 % in bi tako znašala 13,4 %, v letu 2014 pa naj bi znašala 13,6 % (UMAR 2013; Eurostat 2013a). Po podatkih SURS-a je ocenjeni primanjkljaj v letu 2012 znašal 1.315 milijonov evrov (3,7 % BDP), kar je precej manj kot v letu 2011, ko je bila njegova vrednost 2.298 milijonov evrov (6,4 % BDP). Konsolidiran dolg države je bil konec leta 2012 19.189 milijonov evrov, kar je več kot polovica letnega BDP. Za leto 2013 je primanjkljaj države ocenjen na 1.499 milijonov evrov ali 4,2 % BDP, bruto konsolidirani dolg države pa je ocenjen na 21.016 milijonov evrov ali 59,2 % BDP (SURS 2013a).

### ***5.2.2 Izvoz in uvoz, zasebna in državna potrošnja***

Po podatkih Eurostat-a (Eurostat 2013b) je izvoz blaga in storitev v letu 2012 dosegel vrednost v višini 26.603,6 milijonov evrov, kar je za dobrih 400 milijonov več kot leto prej; uvoz blaga pa se je v primerjavi z letom 2011 zmanjšal za 567 milijonov evrov. V napovedi Eurostata (Eurostat 2013b) je predvideno povišanje izvoza za 484 milijonov evrov, v letu 2014 pa za 1.179 milijonov evrov. Uvoz naj bi se v letu 2013 znižal za 383 milijonov evrov, v letu 2014 pa ponovno povišal za 850 milijonov evrov. Zasebna in državna potrošnja se je v letu 2012 zmanjšala. To dejstvo gre pripisati predvsem zmanjšanju aktivnosti v gradbenem sektorju in manjšemu prihodku od prodaje v trgovini na drobno. V letu 2012 se je zasebna potrošnja zmanjšala za 3,0 %, v letu 2013 pa naj bi se še za dodatne 3,6 %. Državna potrošnja se je v letu 2012 zmanjšala za 3,4 %, v letu 2013 pa naj bi se za kar 6,9 %. Okrevanje je na področju zasebne potrošnje pričakovati šele v letu 2014, ko naj bi se realna stopnja povišala

za zgolj 0,2 %, pri državni pa naj bi se nadaljeval negativni trend s padcem realne stopnje za 1,9 % (UMAR 2012a).

### **5.2.3 Bruto investicije v osnovna sredstva in prevzem evra**

Bruto investicije v osnovna sredstva so se v letu 2012 zmanjšale za kar 9 %, trend naj bi bil drugačen že v letu 2013, ko naj bi se povešale za 1,3 %, v letu 2014 naj bi sledilo povišanje za dodatnih 1,5 % (UMAR 2012a).

Kljub temu da v gornjih podatkih opisujemo predvsem nedavno zgodovino slovenskega gospodarskega stanja, velja omeniti, da je Slovenija v letu 2007 zamenjala svojo prvotno valuto tolar (SIT) za evro (EUR). V obdobju prevzema evra je še veljala za stabilno državo. Po svetovni gospodarski krizi so se zgoraj omenjeni kazalci precej poslabšali, kar je vplivalo na stabilnost naše ekonomije.

## **5.3 Socialno kulturno okolje**

V spodnjih odstavkih predstavljamo slovenski turizem v številkah, strukturo prebivalstva, stopnjo delovne aktivnosti, izobrazbe in rabo jezikov.

### **5.3.1 Turizem v številkah**

V tem odstavku se bomo osredotočili predvsem na slovenske goste in njihove turistične navade ter jih podrobneje predstavili. V nadaljevanju pa bodo opisani tudi podatki o tujih gostih. Slovenski turisti, stari od 15 let naprej, so v letu 2012, poslovno ali zasebno, potovali približno 4.539.000-krat. Na vsaj eno potovanje se je odpravilo 1.120.000 oseb iz Republike Slovenije (64 % vseh starih 15 ali več). Največ so potovali v starostni skupini med 15. in 24. letom, kjer je bil delež 84 %, najmanj v skupini starejših od 65 let, kjer je delež znašal 32 %. Vseh zasebnih potovanj je bilo 4.054.000 oziroma 89,3 %, kar je za 5 % manj kot leto prej. Trend, ki ga velja omeniti, je tudi ta, da večji delež zasebnih potovanj predstavljajo krajša potovanja, z največ tremi prenočitvami. Precej enakomerno so porazdeljena zasebna potovanja, ko gre za tujino in Slovenijo, namreč 51 % domačih turistov se je na zasebno potovanje odpravilo v tujino, preostali del je potovanje opravil v Sloveniji. Velja še omeniti, da se je največ oseb na potovanje odpravilo v tretjem četrtletju (julij–september), in sicer 1.840.000 (45 % vseh zasebnih potovanj). V prvem četrtletju se jih je odpravilo potovat le 11 % oziroma 429.000. Pomemben vidik potovanj je tudi prevoziroma Slovenci so se na potovanja najpogosteje odpravili z osebnim cestnim motornim vozilom, teh je bilo 87 %, če pogledamo zgolj potovanja po Sloveniji, je ta delež bil še višji, saj je obsegal kar 96 % vseh potovanj. Slovenci so letalo, kot način prevoza v tujino, uporabili na vsakih deset potovanj. SURS je prvič opravil raziskavo tudi o enodnevni izletih po Sloveniji in tujini. Slovenski obiskovalci so se na domačih tleh odpravili na približno 8.825.000 enodnevnih izletov (od

tega 94 % zasebnih), v tujino pa približno 1.991.000 krat (od tega je bilo 85 % zasebnih izletov). Padec ekonomskih kazalnikov pa je kot kaže vplival tudi na zasebna potovanja, saj se 641.000 oziroma več kot tretjina oseb iz Slovenije ni odpravila na nobeno zasebno potovanje. Kot najpogostejši razlog jih je skoraj polovica navedla finančne razloge (49 %), zgolj 16 % oziroma 102.560 oseb pa nima potrebe po potovanjih, kar je za turizem zelo spodbuden podatek (SURS 2013b).

Kljub manjšemu padcu med domačimi turisti pa je leto 2012 vseeno bilo rekordno, kar se tiče prihoda turistov in števila nočitev. V preteklem letu je bilo v Sloveniji skupno približno 3.298.000 turističnih prihodov, kar je 2 % več kot v letu 2011, za 1 % pa se je povečalo tudi število nočitev, ki tako znaša približno 9.511.000. Tuji turisti so k tej številki prispevali 5.777.500 prenočitev, kar je za 6 % več kot leto prej, ter 2.156.000 turističnih prihodov. Tako kot pri številu opravljenih potovanj je padec med slovenskimi gosti zaznati tudi v njihovih turističnih prihodih in nočitvah. Prihodov je manj za 3 %, nočitev za 5 %. Večina tujih gostov prihaja v Slovenijo na počitnice. To je še posebej opazno v gorskih in obmorskih krajih, kjer je devet od desetih gostov prav počitnice navedlo kot razlog prihoda v ta kraj. Glavni razlog, da so izbrali Slovenijo kot počitniško destinacijo, je bila narava, na drugo mesto se je uvrstila možnost za počitek in sprostitev, na tretje podnebne razmere. Podrobnosti o tej tematiki bomo predstavili v podpoglavju naravno okolje (SURS 2013c; SURS 2013č).

### 5.3.2 *Struktura prebivalstva*

1. januarja 2013 je v Sloveniji prebivalo 2.058.821 oseb, od tega 91.385 tujih državljanov, ki so bivali v 5.973 naseljih. Več je bilo žensk, in sicer 1.039.760, moških je bilo 1.019.061. 1. januarja 2012 jih je bilo 2.055.496, od tega 1.016.731 moških in 1.038.765 žensk, kar je skupno za 3.325 manj. Zmanjšanje števila prebivalcev v zadnjem letu gre pripisati predvsem negativnim trendom na področju odseljavanja. Iz Slovenije se je namreč v letu 2012 izselilo 14.378 oseb, kar je največ po letu 1991, glede na leto prej pa je povečanje kar 19,6-odstotno. Povišalo se je tudi število priseljenih in sicer za 6,7 %, kar znese 15.022 oseb (SURS 2013d; SURS 2013e).

#### **Preglednica 2: Preseljevanja 2012**

Skupaj		Državljeni RS		Tuji državljani	
Priselitve	Odselitve	Priselitve	Odselitve	Priselitve	Odselitve
15.022	14.378	2.741	8.191	12.281	6.187

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SURS 2013e).



### Preglednica 3: Prebivalstvo po starostnih skupinah<sup>8</sup>

Skupina	0-14	15-29	30-44	45-59	60-74	75-89	90 -	Skupaj
Število	294.149	364.714	458.470	463.687	312.122	153.054	9.300	2.055.496
Odstotek	14,31%	17,74%	22,30%	22,56%	15,18%	7,45%	0,45%	100,00%

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (SURS 2012a).

#### 5.3.3 Stopnja delovne aktivnosti, stopnja izobrazbe in raba jezikov

Stopnja delovne aktivnosti se meri v starostni skupini med 15. in 64. letom. Do leta 2003 se je le-ta gibala okoli 63 %, članstvo v EU pa je prineslo pozitivne učinke, zato je stopnja naslednja štiri leta rasla in presegla celo povprečno vrednost stopnje starih članic EU. V letu 2008 je bila vrednost že pri 68,6 %. Tudi ta kazalnik se je z letom 2009 začel močno slabšati, saj je kriza prinesla negativne posledice za trg dela. Trendi upadanja so v zadnjih dveh letih vidni na vseh ravneh, najbolj opazni so bili pri zmanjšanju števila delovno aktivnih tujcev, in sicer v letu 2011 za 14,3 %. Stopnja delovne aktivnosti se je v letu 2011 zmanjšala praktično na vseh ravneh, tako pri moških in ženskah kot tudi pri vseh starostnih skupinah. Pozitiven trend je bilo opaziti zgolj pri zaposlovanju v informacijsko-tehnološkem sektorju ter nekaterih strokovnih ter raznovrstnih poslovnih storitvah (UMAR 2012b).

Med Slovenci smo pogledali tudi stopnjo izobrazbe (1. januar 2011). SURS meri izobraženost med starimi 15 ali več let. Najvišji delež je oseb s srednje strokovno oziroma srednjo splošno izobrazbo – 30,22 % (531.751), na drugem mestu so osebe z dokončano osnovnošolsko izobrazbo – 24,74 %, na tretjem z nižjo poklicno oziroma srednjo poklicno izobrazbo – 23,12 %, na četrtem osebe z višješolsko oziroma visokošolsko izobrazbo – 17,49 % in na zadnjem osebe brez oziroma z nedokončano osnovnošolsko izobrazbo – 4,43 %. Delež tistih z višjo izobrazbo zajema predvsem mlajši del populacije, delež tistih z nižjo pa starejše. (SURS 2012a).

Eurostat med svojimi indeksi zajema tudi stopnjo mladih med 20. in 24. letom starosti, ki so končali najmanj srednješolsko izobraževanje. Slovenija je po tem indeksu med najvišje uvrščenimi državami v EU, njena stopnja se že namreč od leta 2001 dalje giblje okoli 90 %. Gibanje je bistveno višje od povprečja EU, ki je v letu 2012 znašalo 80,2 %. Tako kot pri povprečju EU je tudi v Sloveniji višji odstotek, ko gre za ženski spol, in sicer je ta v letu 2012 znašal 92,5 %, za moške pa 88,1 % (Eurostat 2013c). V Republiki Sloveniji je bila leta 2011 slovenščina materni jezik 87 % prebivalcem. Raba tujih jezikov je med osebami starimi med 18 in 69 precej razširjena. Vsaj en tuj jezik govori 93 % oseb, med njimi je 15 % tistih, ki govorijo samo enega, 32 % jih govori dva in 45 % tri ali več tujih jezikov (SURS 2012b).

<sup>8</sup> Podatki so na dan 1. januar 2012.

## 5.4 Tehnološko okolje

V sklopu dejavnikov tehnološkega okolja smo pregledali stanje na področju informacijske družbe, raziskav in razvoja ter inovativnosti v Sloveniji in turizmu.

### 5.4.1 Informacijska družba

SURS v svojem Statističnem letopisu za leto 2012 zajema tudi podatke o informacijski družbi. Na podlagi spodaj opisanih smo ugotovili, da se je v slovenski družbi v starostni skupini 10–75 let močno dvignila raven uporabe informacijske tehnologije. V številu uporabnikov interneta na 100 prebivalcev je namreč 73 takšnih, ki so internet že uporabljali, leta 2005 jih je bilo le 56. Indeks rednih uporabnikov interneta<sup>9</sup> znaša 70 %, kar je za 17 % več kot v letu 2005. Povišala sta se tudi raven uporabe e-bančništva, in sicer iz 22 % v letu 2005 na 38 % v letu 2012, ter uporaba e-nakupovanja, iz 22 % na 53 %. Delež gospodinjstev, ki so imela dostop do interneta, se je od leta 2008, ko je bil 59 %, v letu 2012 dvignil na 74 %. Delež uporabe računalniške opreme in dostopa do interneta je izredno visok v podjetjih. 98 % podjetij z 10–49 zaposlenimi uporablja računalnike in dostop do interneta (le odstotek manj jih uporablja širokopasovni internet); v rangu večjih podjetij z najmanj 50-imi zaposlenimi je raba računalnikov in interneta 100 %. Nekaj odstotne razlike so zgolj pri uporabi širokopasovnega dostopa (SURS 2012a). Zanimiv podatek je tudi ta, da so tuji turisti, kot razlog za obisk Slovenije, precej pogosto navedli informacije o Sloveniji, ki so na internetu. Še več jih je uporabilo internet v smislu iskanja podatkov o Sloveniji kot kraju oddiha. Za ta način se jih je v tretjem četrtletju, po podatkih SURS-a, odločilo približno tri četrtine. Internet so uporabili za iskanje splošnih, prometnih in turističnih informacij (78 %) in za rezervacije (48 %) (SURS 2013f).

### 5.4.2 Raziskave in razvoj

V letu 2011 je bilo po podatkih SURS-a za raziskave in razvoj namenjenih 894,2 evrov bruto domačih izdatkov oziroma 2,47 % celotnega BDP-ja. Najvišji delež je porabil poslovni sektor, skupaj 660,5 milijona evrov oziroma 73,9 % vseh sredstev, sledita mu državni sektor z 127,8 milijoni evrov oziroma 14,3 % in visokošolski sektor, ki je porabil 105,4 milijonov evrov oziroma 11,8 % vseh sredstev. Struktura namenjenih sredstev po virih financiranja je bila v letu 2011 naslednja: gospodarstvo je za raziskave in razvoj namenilo 547,5 milijona evrov oziroma 61,2 % vseh sredstev, država 281,8 milijona evrov oziroma 31,5 %, k skupnemu znesku so prispevala tudi sredstva iz tujine, katerih vrednost je bila 62,8 milijona evrov oziroma 7 % vseh virov. V raziskovalno-razvojni dejavnosti je bilo zaposlenih 21.548 oseb, od tega 58 % raziskovalcev in raziskovalk. Delež slednjih je bil najvišji v visokošolskem sektorju – 79 %, v državnem je znašal 71 %, v poslovnem 44 % (SURS 2012c).

---

<sup>9</sup> Število rednih uporabnikov se nanaša na število oseb, ki so internet uporabljale v zadnjih treh mesecih (SURS 2012c).

### **5.4.3 Inovativnost v slovenskem turizmu**

Inovativnost v slovenski turistični panogi bomo predstavili na projektih agencije SPIRIT. Slednja izvaja štiri različne programe, skozi katere spodbuja, snuje in izvaja inovativne ideje. Ti programi se imenujejo Banka turističnih priložnosti Slovenije (BTPS), Snovalec, Sejalec in T-lab – Laboratorij turističnih priložnosti. Projekta BTPS in T-lab sta v idejni zasnovi precej podobna, saj oba spodbujata podjetništvo skozi turizem. Prvi deluje kot platforma za izmenjavo idej, ponudb in pomoči. Posameznik namreč lahko na portalu predstavi svojo idejo, jo ponudi ostalim, poišče lahko ljudi, ki bi jih želel povabiti k sodelovanju (sodelavce), ali znanje, izmenjuje izkušnje ali celo najde ustreznega investitorja (SPIRIT b. l. b). Projekt T-lab je nekakšna nadgradnja predhodno opisanega projekta. Na portalu lahko posamezniki ali organizacije predstavijo svojo idejo, ki mora ponuditi nekaj novega, inovativnega na področju turizma, pa naj si gre za pristope, storitve, procese ali produkte. Najboljše ideje bodo izbrane in bodo dobile vso potrebno pomoč pri razvoju. Gre za projekt, ki bo najboljše ideje inkubiral in jim tako dodatno pomagal do uveljavitve na trgu (T-lab 2012). Cilj obeh projektov je spodbujanje podjetništva in inovativnosti v panogi, povečanje konkurenčnosti in izboljšati turistično ponudbo v Sloveniji. S podobnim namenom delujeta tudi preostala dva programa, Snovalec in Sejalec, ki sta v bistvu nagradi za najbolj inovativne.

## **5.5 Naravno okolje**

V okviru dejavnikov naravnega okolja predstavljamo področja trajnostnega razvoja, ekoturizma in podnebnih razmer.

### **5.5.1 Trajnostni razvoj**

Eden glavnih ciljev Strategije razvoja slovenskega turizma 2012–2016 (Vlada RS 2012) je vsekakor trajnostni razvoj. Gre za koncept, ki temelji na treh stebrih, ekonomskem, družbenem in okoljskem. Predvsem slednji je tisti, ki spodbuja k ohranjanju naravne in kulturne dediščine. Trajnostni turizem pomeni razvoj v vseh vejah turizma, njenih politikah in ciljih. Pomembno vlogo pri tem ima vsekakor implementacija zelenega turizma, ki poleg t.i. zelene turistične ponudbe vključuje tudi skrb za okolje in razvoj na naravi prijazen način. Partnerstvo za razvoj slovenskega turizma meni, da bo za uspešno realizacijo tega koncepta potrebno sodelovanje na vseh ravneh, ki vplivajo na turizem tako posredno kot neposredno. Vpeljava okoljskih davkov bo prav tako vplivala na razvoj turističnega gospodarstva, infrastrukture, samooskrbe ipd.

Narava je vsekakor ena od ključnih konkurenčnih prednosti pri snovanju turistične ponudbe Slovenije. Na tem so zgrajeni ključni cilji in temelji nove strategije ter znamke »I feel Slovenia« (Slovenijo čutim). Posebnost Slovenije je tudi ta, da njeno naravno bogastvo, iz katerega še posebej izstopajo gozdovi ter vodne površine, uspešno dopolnjuje preostalo

ponudbo. Odlične priložnosti narava ponuja na področju aktivnega preživljanja prostega časa in na področju zdravja, kar je vsekakor ključno za zagotavljanje pestre ponudbe zahtevnemu modernemu turistu (Vlada RS 2012).

### **5.5.2 Ekoturizem**

Ekoturizem pomeni potovanja v naravna območja oziroma obliko turizma, ki odgovorno varuje naravo in spodbuja blaginjo lokalnega prebivalstva. Ekoturizem zajema potovanja v naravna območja, kjer so ohranjeni pristna lokalna kultura ter naravne značilnosti območja. Bistveno pri tej obliki turizma je, da poizkuša čim manj vplivati na okolje, v katerem se izvaja, hkrati pa v njem spodbuja okoljsko osveščenost in prinaša denarne koristi za naravo in lokalno okolje. Tukaj velja poudariti, da je ekoturizem oblika turizma, saj se ga pogosto zamenjuje s trajnostnim turizmom, kjer pa gre za koncept, cilje, vizije, politike itn. (TIES 1990, po SPIRIT 2009).

### **5.5.3 Podnebne razmere**

Klimatske razmere v Sloveniji so relativno ugodne, kar potrjuje tudi mnenje tujih turistov, ki so slednje omenili kot enega najpogostejših razlogov za obisk Slovenije. Sloveniji ugodna lega, odlično razmerje višinskih pasov ter zemeljskega naklona, omogočajo, kar se da pestro ponudbo turizma. Tako je pri nas, v različnih časovnih obdobjih leta, možno obiskati zimske turistične destinacije, poletne, zdraviliške itd. V letu 2012 je bila v Sloveniji povprečna temperatura zraka 9,7 °C, najhladnejši mesec v tem letu in hkrati v zadnjih tridesetih letih je bil februar s povprečno temperaturo -3,2 °C. Mesec z najvišjimi povprečnimi temperaturami je bil avgust, ko je temperatura znašala 20,3 °C. Kraj z največ sonca ter najvišjimi temperaturami je bil v letu 2012 Portorož, ki je tudi kraj z največ jasnimi dnevi v letu (121). Padavine so bile v letu 2012 pogostejše kot leto prej, saj jih je bilo za 30 % več, v povprečju 1.396 mm, največ v mesecu novembru in najmanj v februarju. Kraji z najmanj padavinami so bili v letu 2012 Portorož, Murska Sobota in Maribor (pod 1000 mm), največ padavin so imeli prebivalci Kočevja, Črnomlja in Ljubljane (143, 136 in 134 deževnih dni). Največ snežnih dni je bilo na Kredarici (245), kjer leži najvišje postavljena meteorološka postaja (SURS 2013g). Ugotavljamo, da so podnebne razmere v Sloveniji raznolike in zato odlične za nadaljnji razvoj turistične ponudbe, je pa odgovornost na vseh nas, da boljše poskrbimo za naravo, saj izsledki raziskave Podnebje v prihodnosti (Bergant 2011) kažejo, da se poleg ozračja in oceanov zelo intenzivno ogreva tudi kopno. Natančnih ocen o globalnem segrevanju, temperaturah in ostalih parametrih ni mogoče opredeliti, saj so razmere v zadnjih letih precej nestabilne. Eden od scenarijev predvideva, da se bodo v Sloveniji povprečne temperature do konca stoletja dvignile med 3 in 3,5 °C; posledično naj bi bila nižja tudi količina padavin, in sicer za 10 % na letni ravni. Podnebne spremembe bodo tako v prihodnosti odigrale pomembno vlogo pri oblikovanju turističnih ponudb, posebno pozornost bodo temu morala nameniti predvsem zimska turistična središča, ki bodo podvržena otoplitvam.

## 6 ANALIZA DEJAVNIKOV OŽJEGA ZUNANJEGA OKOLJA

Z Porterjevo analizo petih silnic analiziramo dejavnike ožjega zunanjega okolja podjetja oziroma v našem primeru lokalne skupnosti, občine Rogatec. Avtor te analize je Michael Porter. Z modelom Porterjih petih silnic lahko analiziramo vsako panogo, ta analiza pa nam služi kot podlaga za pripravo poslovne strategije. Gre za tiste dejavnike, ki neposredno vplivajo na delovanje (v našem primeru) občine, tako dolgoročne kot kratkoročne (Hunger in Wheelen 1996).

### 6.1 Obstoječa konkurenca

V turistični panogi sta v Sloveniji prisotni dve vrsti konkurence. Eno predstavlja privatni sektor, drugo državni. Pri pregledu konkurence bomo najprej predstavili privatni sektor, v katerem smo konkurenco pregledali na podlagi standardne klasifikacije dejavnosti<sup>10</sup> (SKD). Pri pregledu letnega poročila o delu Turistično gostinske zbornice Slovenije smo izbrali tiste dejavnosti po SKD, ki se nanašajo na turistično dejavnost in izločili dejavnosti, ki se nanašajo zgolj na gostinstvo. S pomočjo SURS-ove baze podatkov smo naredili spodnjo tabelo, ki prikazuje število subjektov v turistični panogi. Podatki se nanašajo na leto 2011.

**Preglednica 4: Število gospodarskih subjektov v turistični panogi**

<b>Izbrane dejavnosti</b>		<b>Ostale primerljive dejavnosti po SKD</b>	
Dejavnosti povezane z prenočitvenimi zmogljivostmi (hoteli, sobe, domovi,...)	885	Turistične kmetije	163
Dejavnosti izposoje, zakupa športne opreme	150	Dejavnost muzejev, varstva kulturne in naravne dediščine	147
Potovalne agencije in druge dejavnosti povezane z rezervacijami	716		
Dejavnost igralnic in drugih iger na srečo	55		
Dejavnosti povezane s športnimi objekti	399		
Zunaj-bolnišnične in druge zdravstvene dejavnosti	2157		

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, podatkovni portal SI-STAT (SURS 2011b).

Če upoštevamo dejavnosti izbrane po SKD-ju, iz zgoraj omenjene zbornice, dobimo 4.362 subjektov v panogi turizem, k temu pa moramo prišteti še subjekte, ki se ukvarjajo z dejavnostmi opisanimi v desnem delu razpredelnice, skupaj torej 4.672 subjektov. Gre za precej visoko število pravnih oseb v panogi, ki pa po našem mnenju ni povsem realno za oceno konkurence, saj gre za mnoga med sabo povezana podjetja, veliko pa je tudi

<sup>10</sup> Je obvezen nacionalni standard, ki se uporablja za določanje dejavnosti, za razvrščanje poslovnih subjektov, za potrebe uradnih in drugih administrativnih zbirk podatkov ter za statistiko in analitiko na državni in mednarodni ravni. Vir: AJ PES, 2013.

mikropodjetij, ki ne poslujejo. Zaradi prepletenosti subjektov med sabo in ne preveč jasne ločnice med državo ter zasebnim sektorjem (mnogokrat gre za partnerstvo lokalnih skupnosti in privatnega sektorja) le težka ocenimo realno sliko turistične panoge. Podrobnejša analiza zasebnega sektorja bi lahko prinesla natančnejše podatke, vendar se bomo v našem primeru osredotočili na zavode, ki se ukvarjajo s turizmom, saj je predmet naše obravnave manjša občina oziroma lokalna skupnost. Slednja svojo turistično ponudbo trži preko zavoda. Spoznali smo, da posamezne lokalne skupnosti ustanavljajo zavode, ki imajo po navadi pristojnosti na področju kulture, športa in turizma. Uradne statistike o številu zavodov, ki nudijo turistično ponudbo ni. S pomočjo podatkovne baze Gvin.com smo ugotovili, da jih je v panogi najmanj 80. Iz zapisanega sklepamo, da je konkurenca v panogi precejšnja, saj gre za prepletanje ponudbe tako lokalnih skupnosti kot tudi privatnega sektorja, pogosto gre tudi za sinergijo obeh ponudnikov.

Smo pa raziskali tudi konkurenco, ki se pojavlja v bližini občine Rogatec. Prikaz kulturne dediščine v obliki stavb oziroma arhitekturne postavitve je moč videti na več krajih po Kozjanskem, vendar nobena izmed njih ne deluje v obliki muzeja. Najbolj znani sta Kozjanska domačija v Dobju pri Planini ter Juneževa domačija v Rogaški Slatini. V obeh primerih gre za primer stare kmečke hiše oziroma za prikaz ohranjene arhitekturne dediščine z izvirnim inventarjem. Kot smo že omenili v prejšnjih poglavjih, sta na tem območju, poleg Dvorca Strmol, obnovljena tudi Dvorec Olimje ter Grad Podsreda, ki sta prav tako del konkurence kulturno zgodovinske dediščine.

## 6.2 Kupci

Segment kupcev sestavljajo tujci in prebivalci Republike Slovenije. Občina Rogatec ima zgolj manjše prenočitvene zmogljivosti (planinski dom in prenočišča v sklopu gostinskega obrata), katerih zasedenost bistveno ne vpliva na razvoj turizma. S strani Zavoda za kulturo, turizem in razvoj Rogatec smo pridobili podatke o turističnih zanimivostih, za katere se beleži statistika. Slednja je predstavljena v spodnji tabeli.

**Preglednica 5: Obiskanost Rogatca**

<b>Znamenitost</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Muzej na prostem Rogatec	14.307	13.113	11.100	12.483	9.717	10.371
Dvorec Strmol	5.549	8.330	8.027	4.760	2.905	3.973
Trg Rogatec	203	150	490	273	154	28
Konjeniški klub Strmol	/	715	820	1.018	1.470	762
Skupaj	20.059	22.308	20.437	18.534	14.246	15.134

Vir: Zavod za kulturo turizem in razvoj Rogatec, interno gradivo (ZKTRR 2012)

Na podlagi zgoraj predstavljene tabele lahko zapišemo, da je se je število gostov med leti 2008 in 2011 močno zmanjšalo (več kot 35 %), situacija pa se je v preteklem letu malenkost

izboljšala. Te podatke smo primerjali tudi z ostalimi turističnimi zanimivostmi po Sloveniji, vendar so za preostale natančnejši podatki na voljo zgolj do leta 2008. Po zbranih podatkih SURS-a je Muzej na prostem Rogatec leta 2008 obiskalo skupno 22.224 obiskovalcev, kar je sicer več kot kažejo podatki, ki smo jih pridobili s strani JZKTRR<sup>11</sup>. Ta številka muzej uvršča na 24. mesto najbolj obiskanih turističnih atrakcij v Sloveniji v letu 2008 (SPIRIT 2008), med muzeji pa na 7. mesto. Devet od desetih obiskovalcev muzeja je Slovencev, zato menimo, da bi bilo število obiskovalcev možno povečati predvsem na račun tujih gostov. Bližina naravnih zdravilišč, Rogaške Slatine in Podčetrtna, je idealno izhodišče za morebiten prihod dodatnega števila turistov. Med domačimi obiskovalci muzeja v Rogatcu, oziroma muzejev v Sloveniji na sploh, velik delež predstavljajo skupine otrok, ki muzej obiščejo v sklopu obveznih interesnih dejavnosti v šoli. Rogaški muzej je tako v letu 2012 obiskalo 4.677 osnovnošolcev oziroma skoraj 50 % vseh obiskovalcev. Po mnenju strokovnjakov na obiskanost muzejev vplivajo promocija, v katero sta vključena tako način kot obseg marketinga, inovativnost in atraktivnost ponudbe. Posledično se je v zavest ljudi naselila misel, da so muzeji dolgočasni, saj v večini ne ponujajo ničesar posebej zanimivega, kar bi jih pritegnilo k obisku, oziroma to, kar ponujajo ne znajo ponuditi na atraktiven način. Strokovnjaki po drugi strani potrjujejo, da so muzeji vsebinsko odlično vodeni, a da bi se morali obnašati bolj tržno, za kar je potreben tudi kader z managerskimi izkušnjami (Dnevnik 2009).

### **6.3 Dobavitelji**

Turistične atrakcije v občini Rogatec so predmet kulturne in naravne dediščine, zato dobaviteljev v tem primeru ni.

### **6.4 Nevarnosti substitucije**

Možnost pojava substitutov na trgu je v našem primeru manjša, saj gre za ohranjanje kulturno in naravne dediščine, gre torej za večino že znanih konkurentov. Ob že znanih domačijah se v bližnji občini Šmarje pri Jelšah obnavlja t.i. Sedovškova domačija, ki bo prav tako tipičen prikaz stavbne dediščine s sedmimi objekti. Vsebina programov tega projekta še za enkrat ni znana, saj je obnova še v teku.

Glede na zgoraj opisano problematiko, upad števila gostov ter trende na področju turizma menimo, da bi se substituti lahko pojavili v drugi, modernejši in naprednejši obliki. Na podlagi prebranih člankov, novic in portalov smo ugotovili, da se ponekod v tujini že pripravljajo projekti, ki bi dediščino naše preteklosti, posebej na področju gradov ter dvorcev, poizkušali predstaviti na precej inovativen način. To pomeni, da bi dvorci zaživel virtualno, dodali pa bi jim fantazijsko vsebino, ki je v zadnjem času med ljudmi zelo priljubljena.

---

<sup>11</sup> Javni zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec.

Domnevamo, da je pojav substitutov možen, a zgolj z veliko mero inovativnosti ter modernejšim pristopom k iskanju tržnih rešitev.

### **6.5 Nevarnosti vstopa novih konkurentov v panogo**

Vstop novih konkurentov na trg je prav tako odvisen od že zgoraj omenjenih kriterijev, so pa tu še dodatne ovire, ki omejujejo pojav novih konkurentov. Vsekakor velja izpostaviti dolgoletno tradicijo dediščine in velikosti projektov, ki jo že imajo obstoječi subjekti, zakonodajne ovire, ki so regulirane s strani države ter pristojnih uradov za varstvo kulturne dediščine ter visoka sredstva, ki so potrebna za obnovo oziroma izgradnjo morebitnih objektov in dobro ime blagovnih znamk, ki so že dolgo na tržišču. Naše mnenje je, da bi bil v tem časovnem obdobju vstop v panogo precej zahteven, saj je gospodarska situacija precej nestabilna.



## **7 ANALIZA TEMELJNIH POLITIK NAJBOLJ TURISTIČNO RAZVITIH OBČIN V SLOVENIJI IN ANALIZA MOŽNOSTI ZA RAZVOJ TURIZMA V OBČINI ROGATEC**

### **7.1 Piran**

Občina Piran je vodilni turistični ponudnik na slovenski obali, ki na letni ravni v zadnjih dveh letih beleži preko 400.000 turističnih prihodov. Turistična ponudba zajema obmorski, kongresni, športni (tenis), prireditveni in tematski turizem.

#### ***7.1.1 Vizija, poslanstvo, strateške usmeritve***

V Strategiji razvoja turizma v občini Piran 2009–2015 je zapisana naslednja vizija: »Destinacija Piran/Portorož bo ohranjala naravno in kulturno dediščino kot temelj nove turistične privlačnosti, ki združuje vse različnosti v nova doživetja: vznemirljivost mondenega letovišča in umirjenost tradicionalnih okolij hkrati, svetovljanske zabave, poslovna druženja in sočasno sproščanje v diskretni zasebnosti.«. »Destinacija Piran/Portorož bo pojem razvajanja, ki vodi k zdravju, dobremu počutju in poslovni uspešnosti. Destinacija bo prijazna domačinom, vabljava za investitorje in turistično industrijo, ki bo svoje poslovne cilje dosegala na temeljih trajnostnega, ljudem in okolju prijaznega razvoja.« (Občina Piran 2009, 45).

Ključni strateški cilji do leta 2015 so razvoj produktov in programov, ki zagotavljajo sezono turizma čez celotno leto, razvoj kvalitetne, mnogovrstne in vsebinske ponudbe najvišjega nivoja, destinacijskega managementa in razvoj identitete oziroma blagovne znamke s poudarkom na povečanju prepoznavnosti ter vključevanju petih ključnih prednosti (geografska lega, tradicija, podnebni pogoji, kulturna in naravna dediščina) destinacije v ta razvoj. Opisana strategija vključuje tudi kvantitativne cilje, ki zajemajo povišanje števila prihodov turistov za 23,7 %, povečanje števila nočitev za 23,5 %, ohranitev povprečnega števila bivanja 3,6 dni, povišanje turistične potrošnje za 100 % in zagotovitev večjega števila ležišč (za 3.000) (Občina Piran 2009).

#### ***7.1.2 Temeljne zmožnosti, strategije in konkurenčne prednosti***

Ključne konkurenčne prednosti občine Piran so geografska lega, mediteransko podnebje, tradicija in ekološko ohranjeno zaledje. Ostale prednosti, ki jih zajema strategija so: bližina prednostnih trgov, dostopnost, naravna in kulturna dediščina, varnost, razmerje med ceno in kakovostjo, jezikovna pokritost in identiteta kraja. Glavne strateške usmeritve vodijo v dolgoročno konkurenčnost in trajnostni razvoj turistične občine Piran (Občina Piran 2009).

## **7.2 Bled**

Bled je tipičen predstavnik slovenskega podalpskega turizma. Ugodna klima, pestra zgodovina ter izjemne naravne lepote so Bled povzpele v sam vrh po številu prihodov turistov. V letu 2012 je to gorenjsko občino tako obiskalo več kot 250.000 turistov.

### ***7.2.1 Vizija, poslanstvo, strateške usmeritve***

Vizija blejskega turizma je bila oblikovana v letu 2005 v sklopu pripravljene dokumentacije z naslovom Bled - Vizija dolgoročnega razvoja turizma . »Alpski turistični center, v objemu naravnega okolja, za zdravo življenje in dobro počutje, za diplomatska in poslovna srečanja, za izbrano zabavo, za nepozabne trenutke (NTZ 2005,39).« V sklopu vizije in strateških usmeritev želi Bled snovati turistično politiko, ki bo temeljila na naravnih, kulturnih, zgodovinskih in socialnih dejavnikih. V strategiji je poudarek predvsem na sodelovanju med lokalno skupnostjo ter turistično panogo, ki bi Bled pripeljala do še večje razpoznavnosti.(NTZ 2005).

### ***7.2.2 Temeljne zmožnosti, strategije in konkurenčne prednosti***

Temeljna zmožnost in hkrati konkurenčna prednost je vsekakor narava samega kraja, kar potrjuje tudi zgodovina. Slednja prinaša Bledu tradicijo, kot jo ima le malokateri turistični kraj v Sloveniji. Gre namreč za enkratne vire, ki so blagovno znamko Bled tudi mednarodno uveljavili. Na podlagi omenjenega so se skozi čas razvile različne oblike turizma, in sicer wellness in spa, kongresni, športno-rekreacijski, kulturni, igralniški in izobraževalni turizem. S strategijo želijo doseči uravnotežen in celosten razvoj turistične ponudbe, nadgraditi blagovno znamko, povečati prenočitvene in produktne kapacitete, ponuditi programe v vseh mesecih v letu celotno leto ter se tudi povezovati s partnerji doma in v tujini (NTZ 2005).

## **7.3 Rogaška Slatina**

Rogaška Slatina velja za eno najstarejših zdravilišč v Evropi. Letno jo v zadnjih dveh letih obišče več kot 40.000 gostov. Zdravilišče Rogaška ponuja predvsem pristno naravno okolje, zdravilno vodo ter vrhunske medicinske storitve, hkrati pa je v zadnjih letih razvila tudi kongresni in športni turizem (Alpe Adria Vita 2008).

### ***7.3.1 Vizija, poslanstvo, strateške usmeritve***

Sprejeta Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Rogaška Slatina ima zapisano naslednjo vizijo: »Turistična destinacija Rogaška Slatina bo do leta 2013 prepoznavna kot vrhunska, dobro organizirana in sodobna destinacija za turiste, ki iščejo izkušnjo dobrega počutja telesa, duše in duha.« (Alpe Adria Vita 2008, str. 98). Glavni strateški cilji zajemajo

smernice, kako Rogaško ponovno popeljati v vrh zdraviliškega turizma v tem delu Evrope. Razvoj bo temeljil na tradiciji, mineralni vodi ter vrhunskih medicinskih storitvah.

### ***7.3.2 Temeljne zmožnosti, strategije in konkurenčne prednosti***

Z izbrano strategijo želi Rogaška Slatina kot turistična destinacija povečati svoj ugled v zdraviliškem turizmu, vzpostaviti destinacijski management in oblikovati trženjsko ponudbo na ravni celotnega kraja. Glavne konkurenčne prednosti izbranega subjekta so vir naravnih mineralnih vod, tradicija, edinstven park, ponudba visokokakovostnih medicinskih storitev in bogata zgodovina. Strategija razvoja zajema načrt partnerskega razvoja in trženja Zdravilišča Rogaška, pri katerem je na prvo mesto postavljen turist in njegovo doživetje v zdravilišču kot enotnem turističnem ponudniku. Pri planiranju same ponudbe ter trženju so soudeleženi vsi partnerji zdravilišča Rogaška Slatina, z namenom večje koristi za vse udeležence (Alpe Adria Vita 2008).

### **7.4 Stanje razmer in predlog možnosti za razvoj turizma v občini Rogatec**

Na podlagi dostopne dokumentacije in lastnih spoznanj smo ugotovili, da je turistična ponudba, glede na velikost občine, relativno velika. Na voljo so naravne in kulturne znamenitosti ter športni objekti. Med posebnostmi ponudbe so vsekakor prikazi domačih obrti, ki jih izvajajo v Muzeju na prostem Rogatec. Slednji so pomembni za ohranjanje in prenos dediščine. Zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec turistično ponudbo predstavlja preko prenovljene spletne strani ([www.rogatec.net](http://www.rogatec.net)), stalnih ter priložnostnih zgibank, ostalih spletnih medijev in preko partnerjev, s katerimi sodelujejo. Menimo, da bi bilo smotrno razmisliti o bolj inovativnih pristopih k samemu trženju ter načinu predstavitve produktov. K promociji bi bilo potrebno pristopiti z natančno izdelanim strateškim načrtom, v katerem bi bili zapisani tudi cilji (kvalitativni in kvantitativni), saj bi le natančne smernice oziroma strategije vodile k še boljšim rezultatom na področju turizma. Spoznali smo tudi, da bi bilo potrebno bolj intenzivno sodelovati s partnerji iz okolice, npr. turističnimi ponudniki iz Rogaške Slatine. To bi bilo še posebej koristno, tako zaradi enodnevnih obiskovalcev muzeja in dvorca kot tudi zaradi možnosti intenzivnejše uporabe športnega parka, ki se ponaša z vrhunsko infrastrukturo in je kot tak nalašč za priprave moštev v različnih športnih. Ugotavljamo, da bi bilo možno izoblikovati tudi nove produkte, ki bi lahko zajemali področje rekreacije in doživetij, v povezavi z zdravim načinom življenja. To bi dosegli s povezovanjem obstoječih športnih objektov z rekreacijo v naravi. Podrobnejše predloge smo zapisali v poglavju Sklep.

## 8 SKLEP

Osnovni cilj zaključne projektne naloge je bil ugotoviti stanje na področju turizma v občini Rogatec in podati predloge za izboljšanje le tega. V nalogi smo prav tako analizirali stanje v turistični panogi na slovenskem in po svetu, podrobneje smo obravnavali dejavnike zunanjega okolja ter pregledali strategije izbranih, izrazito turističnih občin. Na podlagi pregledane literature in virov smo spoznali, da je turizem ena izmed najmočnejših gospodarskih panog tako doma kot v tujini, tudi obeti za prihodnost so zelo spodbudni, saj se pričakuje konstantna rast te panoge. Skupni imenovalec trendov za prihodnost je koncept trajnostnega turizma, ki ga omenja večina turističnih strateških načrtov in tudi strokovnjakov.

Na podlagi pridobljene in pregledane dokumentacije smo oblikovali tudi nekaj predlogov za nadaljnji razvoj turizma v občini Rogatec. Turistična panoga napreduje in raste predvsem po zaslugi razvoja produktov, ki so vedno bolj kakovostni. Prav slednje dejstvo, pa je tisto na katerega bi se veljalo osredotočiti v obravnavanem primeru. Ponudbo bi bilo moč izboljšati s pomočjo temeljite analize, kateri bi sledila priprava strategije za razvoj te panoge v Rogatcu. Znotraj strategije bi se bilo potrebno osredotočiti predvsem na izboljšavo promocije in prodajnih kanalov, iskanje partnerjev za skupni nastop na trgu ter na določitev ciljnih skupin. Trženje bi lahko izboljšali na način, da obstoječo ponudbo, s pomočjo dobrih praks iz tujine, povežejo v zgodbo in jo kot tako tudi prodajajo. Pri tem je potrebno maksimalno izkoristiti že obstoječe prodajne kanale, hkrati pa jim dodati tudi nove, npr. video prispevki o znamenitostih, dodatna družbena omrežja, podrobnejše predstavitve na čim več-ih spletnih portalih (npr. Tripadvisor, wikipedia ipd.). Partnerje bi bilo potrebno iskati, tako v sami lokalni skupnosti, kot tudi v bližnji okolici, kjer se pojavlja možnost sodelovanja z bližnjima zdraviliškima krajema Rogaška Slatina ter Podčetrtek. Na podlagi ugotovljenih dejstev, da skoraj polovico turističnih obiskovalcev Rogatca predstavljajo mlajše generacije v sklopu šolskih ekskurzij in da je 90% gostov Slovencev, predlagamo tudi, da se ponudba osredotoči na točno določene ciljne skupine gostov. V tem primeru nam velik potencial predstavljajo tujci in družine, za katere bi bilo potrebno oblikovati posebno ponudbo, npr. doživetja v naravi, na muzeju (delavnice, tipičen dan iz srede 19. stoletja, ipd.) in na dvorcu (npr. fantazijski doživljaji za najmlajše, z vključeno srednjeveško tematiko). Za tujce bi predlagali, da se v sklopu omenjenih rešitev pripravijo tudi kulinarčni dogodki, tipični za to okolje (srednjeveške večerje na dvorcu, kjer je urejena restavracija, kosila s pridihom kmečkega življenja v 19. stoletju,...).

Ugotavljamo tudi, da je kljub gostovanju različnih športnih ekip (slovenska košarkarska reprezentanca, različne nogometne ekipe itd.), ki so Rogatec obiskale v sklopu priprav, še mnogo rezerv tudi na tem področju. Vrhunska infrastruktura, ugodna klima in lega so več kot odlično izhodišče za to, da se posebna pozornost nameni tudi temu segmentu.

Primarni cilj pristojnih za področje turizma bi moral tako biti oblikovanje strategije po zgoraj napisanih smernicah, ki temeljijo na izboljšanju konkurenčnosti in prepoznavnosti, odličnosti ponudbe, inovativnosti in povezovanju.



## LITERATURA IN VIRI

- AJPES. 2013. *Standardna klasifikacija dejavnosti*. [Http://www.ajpes.si/Registri/Drugo/SKD](http://www.ajpes.si/Registri/Drugo/SKD) (9.9.2013).
- Alpe Adria Vita. 2008. *Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Rogaška Slatina za obdobje 2008 - 2013*. [Http://www.rogaska-slatina.si/uploaded/Strategija-razvoja-%20turizma-2008.pdf](http://www.rogaska-slatina.si/uploaded/Strategija-razvoja-%20turizma-2008.pdf). (26.8.2013).
- Bergant, Klemen. 2011. *Podnebje v prihodnosti - koliko vemo o njem?*  
[Http://www.arso.gov.si/podnebnje%20spremembe/Podnebnje%20v%20prihodnosti/Projekcije%20podnebnja%20v%20prihodnosti.pdf](http://www.arso.gov.si/podnebnje%20spremembe/Podnebnje%20v%20prihodnosti/Projekcije%20podnebnja%20v%20prihodnosti.pdf) (26.8.2013).
- Brezovec, Tomi in Maja Pak. 2011. *20 let slovenskega turizma*. [Http://www.dvajset.si/prvih-20/pregled/prej-in-zdaj/20-let/](http://www.dvajset.si/prvih-20/pregled/prej-in-zdaj/20-let/) (26.8.2013).
- Dnevnik. 2009. *Porazna obiskanost muzejev*. [Http://www.dnevnik.si/ljubljana/1042275768](http://www.dnevnik.si/ljubljana/1042275768) (26.8.2013).
- Evropska komisija. 2008. *Politika razvoja podeželja 2007-2013*.  
[Http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index\\_sl.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_sl.htm) (25.5.2013).
- Eurostat. 2012. *GDP per capita in PPS*.  
[Http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00114](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00114) (26.8.2013).
- Eurostat. 2013a. *Unemployment statistics*.  
[Http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Unemployment\\_statistics#Youth\\_unemployment\\_trends\\_20130418091546](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Unemployment_statistics#Youth_unemployment_trends_20130418091546) (26.8.2013).
- Eurostat. 2013b. *Goods and services, imports and exports*.  
[Http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00110](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00110) (26.8.2013).
- Eurostat. 2013c. *Persons of the age 20 to 24 having completed at least upper secondary education by sex*.  
[Http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tps00186&language=en](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tps00186&language=en) (26.8.2013).
- Francis, Justin. B. I. *Travel trends and predictions*.  
[Http://www.responsibletravel.com/resources/future-of-tourism/travel-trends.htm](http://www.responsibletravel.com/resources/future-of-tourism/travel-trends.htm) (26.8.2013).
- Hunger, David in Thomas Wheelen. 1996. *Strategic management (5. izd.)*. Reading, MA: Addison Wesley Publishing Company.
- Hunziker, Walter in Kurt Krapf. 1942. *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verlag AG.
- Javni zavod turizem Rogaška Slatina. 2011a. *Zgodovina*. [Http://www.rogaska-tourism.com/523/Zgodovina.aspx](http://www.rogaska-tourism.com/523/Zgodovina.aspx) (26.8.2013).
- Javni zavod turizem Rogaška Slatina. 2011b. *Prosti čas*. [Http://www.rogaska-tourism.com/si/351/Prosti\\_cas.aspx](http://www.rogaska-tourism.com/si/351/Prosti_cas.aspx) (26.8.2013).
- Kovačič, Matija. 2003. *Turizem v razvoju podeželja in prispevek mladih*.  
[Https://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CC4QFjAA&url=Http%3A%2F%2Fwww.ds-](https://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CC4QFjAA&url=Http%3A%2F%2Fwww.ds-)

- rs.si%2Fdejavnost%2Fposveti%2Fposvet\_16122003%2FKovacic.doc&ei=NvagUYufAYzAPOyMgdAC&usg=AFQjCNEpV4dMJAa3sMbe1NdnerrB9XtkuQ&sig2=UuaUe0OifBuZt0zGuTWFyg&bvm=bv.47008514,d.ZWU (25.5.2013).
- Kozjanski park. B. I. *Grad Podsreda*. [Http://www.kozjanski-park.si/sl/kultura/grad-podsreda](http://www.kozjanski-park.si/sl/kultura/grad-podsreda) (26.8.2013).
- MGRT (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo). 2006. *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011*. Ljubljana: MGRT.
- NTZ. 2005. Bled - *Vizija dolgoročnega razvoja turizma, ppt predstavitev*.  
[https://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fobcina.bled.si%2Fe\\_files%2Fslike%2Fobcinskistari%2FSTRATEGIJA%2520TURIZEM%2520BLED%25202005%2520-%2520azur.ppt&ei=uOokUsSmD-LN7AaeoYHoCQ&usg=AFQjCNFWEU65bQBfsMW-3L7J-FP8ow15Zg&sig2=yv1Y1Tn\\_HnVWJTR6iFM9QA&cad=rja](https://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fobcina.bled.si%2Fe_files%2Fslike%2Fobcinskistari%2FSTRATEGIJA%2520TURIZEM%2520BLED%25202005%2520-%2520azur.ppt&ei=uOokUsSmD-LN7AaeoYHoCQ&usg=AFQjCNFWEU65bQBfsMW-3L7J-FP8ow15Zg&sig2=yv1Y1Tn_HnVWJTR6iFM9QA&cad=rja) (26.8.2013).
- Občina Piran. 2009. *Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009-2015*.  
[Http://www.portorozioromasi/partnerji/filelib/strategija/piran\\_-\\_integralni\\_dokumentkonni.pdf](http://www.portorozioromasi/partnerji/filelib/strategija/piran_-_integralni_dokumentkonni.pdf) (26.8.2013).
- Občina Rogatec. 2004a. *Splošno o občini*. [Http://rogatec.si/rogatec.asp?stran=2&p1=1](http://rogatec.si/rogatec.asp?stran=2&p1=1) (26.8.2013).
- Občina Rogatec. 2004b. *Srednjeveški trg Rogatec*.  
[Http://www.rogatec.net/rogatec.asp?stran=1&p1=2&p2=2&p3=1&p4=1](http://www.rogatec.net/rogatec.asp?stran=1&p1=2&p2=2&p3=1&p4=1) (26.8.2013).
- Občina Rogatec. 2004c. *Muzej na prostem*.  
[Http://rogatec.si/rogatec.asp?stran=1&p1=2&p2=2&p3=1&p4=4](http://rogatec.si/rogatec.asp?stran=1&p1=2&p2=2&p3=1&p4=4) (26.8.2013).
- Občina Rogatec. 2004č. *Naravne vrednote*.  
[Http://rogatec.si/rogatec.asp?stran=1&p1=2&p2=3](http://rogatec.si/rogatec.asp?stran=1&p1=2&p2=3) (26.8.2013).
- Občina Rogatec. 2004d. *Jadrarno padalstvo na Donački gori*.  
[Http://www.rogatec.net/rogatec.asp?stran=1&p1=3&p2=2](http://www.rogatec.net/rogatec.asp?stran=1&p1=3&p2=2) (26.8.2013).
- Olimje. B. I. Vstopna stran. [Http://www.olimje.net/index.php/sl/](http://www.olimje.net/index.php/sl/) (26.8.2013).
- Pedro, Lola. 2013. *Sustainable, responsible tourism: Luxury travel's new trend*.  
[Http://www.telegraph.co.uk/travel/ultratransel/dispatches/9932404/Sustainable-responsible-tourism-Luxury-travels-new-trend.html](http://www.telegraph.co.uk/travel/ultratransel/dispatches/9932404/Sustainable-responsible-tourism-Luxury-travels-new-trend.html) (26.8.2013).
- Planina, Janez. 1997. *Ekonomika Turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Planina, Janez in Tanja Mihalič. 2002. *Ekonomika Turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Pregl Kristina. 2009. *Možnosti razvoja turizma v Šmartnem na Pohorju*. Diplomsko delo, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
- Razvojna agencija Sotla. B. I. *Kamnoseštvo v Rogatcu*. [Http://www.ra-sotla.si/turizem/index.php/kamnosestvo-v-rogatcu](http://www.ra-sotla.si/turizem/index.php/kamnosestvo-v-rogatcu) (26.8.2013).
- Richards, Greg. 2011. *Tourism trends: Tourism, culture and cultural routes*.  
[Http://www.academia.edu/1473475/Tourism\\_trends\\_Tourism\\_culture\\_and\\_cultural\\_routes](http://www.academia.edu/1473475/Tourism_trends_Tourism_culture_and_cultural_routes) (26.8.2013).
- SPIRIT. 2008. *Izbrane turistične znamenitosti, muzeji in galerije, Slovenija, 2008*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB\\_board/atachments\\_1/2009/znamenitosti\\_7962.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/atachments_1/2009/znamenitosti_7962.pdf) (26.8.2013).



- SPIRIT. 2009. *Ekoturizem*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures/category/attachments\\_1/2009/ekoturizem\\_9007.pdf.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/category/attachments_1/2009/ekoturizem_9007.pdf.pdf)  
 (26.8.2013).
- SPIRIT. 2013. *Turizem*. [Http://www.spiritslovenia.si/spirit-slovenija/podrocja-dela/turizem](http://www.spiritslovenia.si/spirit-slovenija/podrocja-dela/turizem)  
 (26.8.2013).
- SPIRIT. B. 1. a. *Ključni izzivi in priložnosti, s katerimi se sooča evropski turizem*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures%5CTB\\_board%5Cattachments\\_1%5C2011%5CIzivi\\_in\\_prilo%C4%B9%C4%BEnosti\\_evropskega\\_turizma\\_11720.pdf](http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Cattachments_1%5C2011%5CIzivi_in_prilo%C4%B9%C4%BEnosti_evropskega_turizma_11720.pdf) (26.8.2013).
- SPIRIT. B. 1. b. *Inovativnost*. [Http://www.slovenia.info/?ppg\\_r\\_d=0&lng=1](http://www.slovenia.info/?ppg_r_d=0&lng=1) (26.8.2013).
- SURS. 2011a. *Občina Rogatec*.  
[Http://www.stat.si/obcinevstevilkah/Vsebina.aspx?leto=2013&id=145](http://www.stat.si/obcinevstevilkah/Vsebina.aspx?leto=2013&id=145) (26.8.2013).
- SURS. 2011b. *Podatkovni portal SI-STAT, ekonomsko področje*.  
[Http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=&path=./Database/Ekonomsko/14\\_poslovni\\_subjekti/01\\_14188\\_podjetja/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=&path=./Database/Ekonomsko/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2) (9.9.2013).
- SURS. 2012a. *Statistični letopis Republike Slovenije 2012*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
- SURS. 2012b. *Evropski dan jezikov 2012*. [Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=4998](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4998)  
 (26.8.2013).
- SURS. 2012c. *Raziskovalno-razvojna dejavnost, Slovenija, 2011 - začasni podatki*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5120](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5120). (26.8.2013).
- SURS. 2013a. *Temeljni agregati sektorja država, Slovenija, 2009-2012*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5408](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5408) (26.8.2013).
- SURS. 2013b. *Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slovenija, 2012 – končni podatki*. [Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5531](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5531) (26.8.2013).
- SURS. 2013c. *Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2012 – končni podatki*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5429](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5429) (26.8.2013).
- SURS. 2013č. *Tuji turisti in njihova potrošnja, 2012 – končni podatki*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5378](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5378) (26.8.2013).
- SURS. 2013d. *Prebivalstvo, Slovenija, 1. april 2013 – končni podatki*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5637](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5637) (26.8.2013).
- SURS. 2013e. *Selitveno gibanje, Slovenija, 2012 – končni podatki*.  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5635](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5635) (26.8.2013).
- SURS. 2013f. *Tuji turisti in njihova potrošnja, 2012 – končni podatki*  
[Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5378](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5378) (26.8.2013).
- SURS. 2013g. *Izbrani podnebni elementi po meteoroloških postajah, Slovenija, 2012 - končni podatki*. [Http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?id=5463](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5463) (26.8.2013).
- T-lab. 2012. *Opis projekta*. [Http://www.tourism-lab.eu/infopage.aspx?info=whatis&lng=sl](http://www.tourism-lab.eu/infopage.aspx?info=whatis&lng=sl)  
 (26.8.2013).
- TIES. 1990. *What is Ecotourism*. [Http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism](http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism) (9.9.2013).
- TZS. 2012. *Slovenski turizem v številkah*.  
[Http://www.slovenia.info/pictures/TB\\_board/attachments\\_1/2013/tvs\\_brosura\\_2012\\_slo\\_web\\_16569.pdf](http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2013/tvs_brosura_2012_slo_web_16569.pdf) (26.8.2013).

- TZS. B. I. *Osnovne informacije*. [Http://www.turisticna-zveza.si/osebna-kartica](http://www.turisticna-zveza.si/osebna-kartica) (26.8.2013).
- UMAR. 2012a. *Ekonomsko ogledalo december 2012*. Ljubljana: UMAR.
- UMAR. 2012b. *Poročilo o razvoju 2012*. Ljubljana: UMAR.
- UMAR. 2013. *Poletna napoved gospodarskih gibanj 2013*. Ljubljana: UMAR.
- UNWTO. 2011. *Tourism Satellite Account*.  
[Http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_tsa\\_1.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf) (25.5.2013).
- UNWTO. 2013. *UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition*.  
[Http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr_0.pdf)  
(26.8.2013).
- Vlada RS. 2012. *Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016*.  
[Http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/Turizem-strategije\\_politike/Strategija\\_turizem\\_sprejeto\\_7.6.2012.pdf](http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/Turizem-strategije_politike/Strategija_turizem_sprejeto_7.6.2012.pdf) (25.5.2013).
- Združenje športnih centrov Slovenije. 2006. *Športna dvorana Rogatec*.  
[Http://www.sportnicentri.si/SCMAP\\_SLO,,stajerska,sportna\\_dvorana\\_rogatec.htm](http://www.sportnicentri.si/SCMAP_SLO,,stajerska,sportna_dvorana_rogatec.htm)  
(26.8.2013).
- ZKTRR (Zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec). 2012. *Podatki o številu gostov, po turističnih znamenitostih*. Interno gradivo, Zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec.
- Zorko Daniela. 1999. *Uvod v turizem*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- ZRST (Zakon o spodbujanju razvoja turizma). 2004. *Uradni list RS*, št. 2/2004.