

2019

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

ŠPELA LENART

ŠPELA LENART

KOPER, 2019

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

ŠALEŠKA DOLINA KOT VODILNA TURISTIČNA
DESTINACIJA

Špela Lenart

Koper, 2019

Mentor: viš. pred. dr. Dušan Gošnik

POVZETEK

V zaključni projektni nalogi smo raziskovali turizem v Šaleški dolini. Raziskali smo, ali ima ta dolina dovolj pogojev, da postane vodilna turistična destinacija, kot je predvideno v Strategiji razvoja turizma Slovenije do leta 2021. V prvem delu naloge smo predstavili nekatera teoretična izhodišča, opisali, kaj je turizem in v kakšnih oblikah se pojavlja. Predstavili smo turistično destinacijo in vlogo managementa v turizmu. V empiričnem delu smo najprej analizirali obstoječe stanje turizma v Šaleški dolini, nato pa predstavili še ugotovitve opravljene ankete o turizmu. Raziskava je pokazala, da ima to področje velike potenciale in možnosti prihodnjega turističnega razvoja, predvsem na športno-rekreativnem, kulturnem in industrijsko-tehnološkem področju, ki ga je smiselno oblikovati v več krovnih produktov. Tak razvoj temelji tudi na veliki podpori prebivalcev in turističnih odločevalcev Šaleške doline.

Ključne besede: turizem, strategija, destinacija, produkt, management.

SUMMARY

In the final project thesis, we researched tourism in the Šalek Valley. We were ascertaining whether this valley has enough conditions to become a leading tourist destination, as it is predicted in the Strategy of the Development of Tourism in Slovenia until 2021. In the first part of the thesis, we presented some theoretical starting points. We described what tourism is and in what forms it emerges. We presented the tourist destination and the role of the management in tourism. In the empirical part, we first analyzed the existing condition of tourism in the Šalek Valley. Then we also presented the ascertainments of the performed survey on tourism. The research showed that this field has great potentials and opportunities for the future development of tourism, especially in the sports-recreational, cultural, and industrial-technological fields. It makes sense to form several umbrella products. Such development is based on major support of the inhabitants and decision-makers in tourism of the Šalek Valley.

Keywords: tourism, strategy, destination, product, management.

UDK: 338.48:005(043.2)

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju viš. pred. dr. Dušanu Gošniku za strokovno pomoč, dragocene nasvete in vodenje pri pisanju zaključne projektne naloge.

Zahvaljujem se tudi moji družini in staršem, ker so mi omogočili študij, me vzpodbujali in vedno stali ob strani.

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredeleitev področja in problema.....	1
1.2	Namen in cilji zaključne projektne naloge.....	2
1.3	Metode dela za doseganje ciljev	3
1.4	Predpostavke in omejitve	4
2	Turizem in management v turizmu	5
2.1	Razvoj turizma	5
2.2	Oblike turizma.....	7
2.3	Turistična destinacija	7
2.4	Management turistične destinacije.....	9
3	Turizem v sloveniji	10
3.1	Strategija razvoja turizma v Sloveniji v obdobju 2017–2021	10
3.2	Osnovne usmeritve turistične ponudbe v Sloveniji.....	11
3.2.1	Cilji rasti slovenskega turizma do leta 2021	11
3.2.2	Turizem 4.0.....	12
3.2.3	Receptivna agencija	12
4	Šaleška dolina	13
4.1	Predstavitev Šaleške doline.....	13
4.2	Turistične znamenitosti Šaleške doline	14
4.2.1	Gradovi	14
4.2.2	Sakralni objekti.....	14
4.2.3	Muzeji	14
4.2.4	Spomeniki	14
4.2.5	Arhitektura	15
4.3	Obstoječa turistična ponudba Šaleške doline.....	15
4.4	Strategija razvoja turizma Šaleške doline v obdobju 2017–2021	17
4.4.1	Prihodi in nočitve v Sloveniji in MOV 2010–2015.....	17
4.4.2	Struktura gostov MOV glede na prihode in nočitve v obdobju 2010–2015..	19
5	Šaleška dolina kot vodilna turistična destinacija	20
5.1	Namen in cilji raziskave.....	20
5.2	Razvoj ankete.....	20
5.3	Analiza anketnih odgovorov	21
5.4	Odgovori na raziskovalna vprašanja	27
5.4.1	RV1: Koliko in v kakšni meri so anketiranci seznanjeni s strateškimi in razvojnimi turističnimi načrti Šaleške doline?	27
5.4.2	RV2: Kakšna je turistična ponudba Šaleške doline po pestrosti in obsegu? .	28
5.4.3	RV3: Kako je turistični management ŠD nivojsko in krovno organiziran ter medsebojno povezan?.....	28

5.4.4	RV4: Kako anketiranci prepoznajo in podpirajo razvoj turizma v Šaleški dolini?	29
5.4.5	RV5: Kako turistični ponudniki skrbijo za čistost okolja in urejenost svojih mest?	29
5.4.6	RV6: Na katerih turističnih dejavnostih bo temeljil prihodnji razvoj turizma v ŠD?	30
6	Predlogi ukrepov za razvoj in večjo prepoznavnost turizma v Šaleški dolini	31
7	Sklep.....	35
	Literatura.....	37
	Priloga	41

SLIKE

Slika 1:	Gibanje prihodov in nočitev v MOV 2010–2015	18
Slika 2:	Prihodi in prenočitve v Sloveniji, mestnih občinah in MOV ter koeficienti rasti med letoma 2010 in 2015	18
Slika 3:	Prihodi domačih in tujih gostov v MOV v obdobju 2010–2015	19
Slika 4:	Prenočitve domačih in tujih gostov v MOV med letoma 2010–2015	19
Slika 5:	Seznanjenost prebivalcev z razvojnimi turističnimi programi Šaleške doline	21
Slika 6:	Ocena obstoječe turistične ponudbe Šaleške doline	22
Slika 7:	Spodbuda lokalnih prebivalcev k večji skrbi za urejenost kraja in okolja ter izboljšanje kakovosti njihovega bivanja	22
Slika 8:	Delo lokalnih turističnih organizacij in njihovega managementa v Šaleški dolini .	23
Slika 9:	Vključenost prebivalcev v kreiranje razvojnih turističnih projektov Šaleške doline	24
Slika 10:	Podpora občin in podjetij ŠD razvoju turizma v regiji	24
Slika 11:	Razvoju katere turistične zvrsti bi morali v prihodnje v Šaleški dolini nameniti več skrbi.....	25
Slika 12:	Ovire za hitrejši razvoj turizma Šaleške doline	26
Slika 13:	Dejavniki razvoja turizma Šaleške doline v prihodnje	27

KRAJŠAVE

LTO	Lokalna turistična organizacija
MGRT	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
MOV	Mestna občina Velenje
STO	Slovenska turistična organizacija
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
ŠCV	Šolski center Velenje
ŠD	Šaleška dolina
TIC	Turistični informativni center
UNWTO	Svetovna turistična organizacija (United Nation World Tourism Organization)
ZSRT	Zakon o spodbujanju razvoja turizma
TTS	Turistični terminološki slovar

1 UVOD

Turizem je najhitreje rastoča gospodarska panoga. Po podatkih svetovne turistične organizacije je leta 2018 potovalo že 1,4 milijarde ljudi in ustvarilo več kot 9 % svetovnega BDP-ja. Napovedi kažejo, da bo letna rast tudi v prihodnje velika in preseгла 3 %, tako naj bi do leta 2030 potovalo že okrog 1,8 milijarde ljudi (UNWTO 2019). Letni statistični podatki (SURs) za leto 2018 tudi za Slovenijo kažejo na izjemno turistično leto. Bilo je okrog 6 mio prihodov in skoraj 16 mio turističnih nočitev, kar je za 10 % več kot leto poprej (SURs 2019).

1.1 Opredelitev področja in problema

V zaključni projektni nalogi smo obravnavali turizem in management turističnih destinacij s poudarkom na njegovi vlogi in pomenu za razvoj turizma v posamezni destinaciji. Iz osnovne definicije managementa sledi, da je ta tudi v turizmu povezan z načrtovanjem, organizacijo, vodenjem in kontroliranjem turistične ponudbe (Alič in Cvikel 2011, 49). Lastnosti, ki jih morajo imeti vodje oziroma odgovorni za delovanje in razvoj destinacijskega managementa, so podobne lastnostim, ki jih mora imeti dober manager vsake organizacije. Sem spadajo: predvidevanje, sodelovanje, usmerjenost k ljudem, timsko delo in samostojnost (Možina idr. 2002, 14, po Alič in Cvikel 2011, 49). Pri destinacijskem managementu je pomembno, da ga na lokalni ravni vodi organizacija, v katero naj bi bila vključena ali z njo sodelovala večina lokalnih turističnih subjektov (Brezovec 2004, 3–4).

Turizem je interdisciplinarno področje in zaradi tega ima tudi številne identifikacije. Mnogi avtorji ga različno definirajo glede na čas obravnave, oblike in družbeno-ekonomske razmere. Nekateri tuji avtorji so na začetku opisovali in označevali samo turista, ne pa tudi turizma. Definicije so bile uporabljene v glavnem za statistične namene. Združeni narodi so že leta 1954 definirali turista kot osebo, ki ne glede na raso in vero ostane v tuji državi od 24 dni do šest mesecev v enem letu (Mihalič 2008, 3). Svetovna turistična organizacija (UNWTO) šteje med turiste eno osebo izmed dveh podskupin obiskovalcev znotraj kategorije potniki (Mihalič 2008, 4). Statistični urad Republike Slovenije (SURs) pa šteje za turista osebo, ki v kraju zunaj svojega okolja prenoči vsaj eno noč, a manj kot eno leto, zaradi preživljanja prostega časa, sprostitev, posla in drugih razlogov, če ti niso sestavni del dejavnosti, za katere prejme plačilo (Mihalič 2008, 6).

V zaključni projektni nalogi smo se osredotočili na Šaleško dolino, opisali obstoječo turistično ponudbo in njeno organiziranost, povezovanje in upravljanje, poskušali smo ugotoviti prednosti in slabosti tako ponudbe kot managiranja ter predstavili razvojne možnosti turizma v Šaleški dolini, za katero je v Strategiji trajnostne rasti in razvoja slovenskega turizma 2017–2021 predvideno vodilno mesto v Termalno Panonski turistični destinaciji Slovenije. Šaleška dolina (v nadaljevanju ŠD) leži v severnem delu Slovenije. Na zahodu je obdana s Kamniško-Savinjskimi Alpami, na vzhodu s Pohorjem in na jugu s Posavskim hribovjem. Dolina meri v

dolžino 8 km in ima 2 km širine. V njej živi 44.600 prebivalcev. Po geološkem nastanku je udornina in predstavlja porečje reke Pake, ime pa je dobila po gradu Šalek (Brišnik 1999). ŠD sestavljajo tri občine: Velenje, Šoštanj in Šmartno ob Paki. Največja in najpomembnejša je Velenje. Ta dolina je bila nekoč veliko industrijsko središče s Premogovnikom Velenje, Gorenjem, Termoelektrarno Šoštanj, Veplas-om, Tovarno usnja Šoštanj, Vegrad-om, Eko-m, Ero in še vrsto drugih podjetij. Zaradi izrazito industrijskega značaja regije sta bila Velenje in Šoštanj nekoč obravnavana kot negostoljubni gospodarski središči in tako tudi za turizem manj pomembni, čeravno je bilo Velenje v drugi polovici prejšnjega stoletja, kot mlado novo mesto s sodobno arhitekturo, novimi objekti družbenega standarda, urejenostjo parkov in prometnih poti, obravnavano kot mesto socialističnega čudeža ter ponos oblastem in takratni državi. Po osamosvojitvi Slovenije so se številna podjetja tega območja zaradi izgube prodajnih trgov, prestrukturiranja in stečajev zmanjšala ali celo prenehala svojo proizvodnjo, zato je tudi gospodarska moč doline znatno oslabela. V iskanju alternativ za delno nadomestitev tega upada se je poleg številnih drugih novih dejavnosti pokazal tudi turizem kot realna možnost in priložnost ponovne oživitve gospodarstva in zaposlovanja. Ocenjujemo, da je razvoj turizma v ŠD velik družbeno-ekonomski potencial, zato smo v zaključni projektni nalogi te možnosti tudi raziskali. Ugotoviti smo hoteli, ali ima ŠD dovolj možnosti za hitrejši, kakovostnejši in vsestranski turistični razvoj. Zanimalo nas je, kako je v turizem vpeto lokalno prebivalstvo, ali ti poznajo načrte ter strategije lokalnih skupnosti in turističnih podjetij, zavodov, kaj menijo o turističnem managementu, povezanosti posameznih turističnih ponudnikov, kaj menijo o zadostnosti, pestrosti in kakovosti turistične ponudbe kraja. Ugotoviti smo tudi hoteli, ali so občani dovolj motivirani in večinsko podpirajo turistični razvoj destinacije. Iskali smo odgovor tudi na vprašanje, ali je ŠD kot turistična destinacija infrastrukturno in informacijsko dovolj dobro podprta. Ta destinacija ima že sedaj nekaj prepoznavnih turističnih produktov: Rudarski muzej, Pikin festival, Kunigunda, Skok čez kožo, v zadnjih letih pa predvsem Velenjska plaža.

Temeljni obravnavan problem v tej nalogi je bil, kako naj na osnovi analize obstoječega stanja turizma v dolini in sprejetih strategij ter s pomočjo boljše in primerne organizacije turističnega managementa ta regija doseže cilje, ki so načrtani tako v republiških kot lokalnih turističnih načrtih.

1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge

Projektna naloga je sestavljena iz treh delov.

V prvem delu smo prikazali teoretična izhodišča obravnave turističnega managementa, definirali turizem in opisali njegove oblike. Predstavili smo tudi pojem turistične destinacije in pogoje za njeno oblikovanje.

V drugem delu smo najprej predstavili osnovne značilnosti razvojne strategije turizma v Sloveniji in regiji SAŠA za obdobje 2017–2021, v katero je vključena tudi ŠD, nato pa

podrobno analizirali obstoječo turistično ponudbo v tej dolini. Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 opredeljuje za to obdobje 6 ključnih politik, katerih osnova so potenciali: globalna kakovost, trajnostni in zeleni kontekst, geostrateški položaj in pripravljenost k spremembam (MGRT 2017).

Strateški in razvojni turistični načrt SAŠE in znotraj te ŠD pa predvideva, da bo ŠD in njen osrednji del mesto Velenje zagotavljala dinamično, zdravo in medsebojno povezano okolje, temelječe na vrednotah in solidarnosti, ter prebivalcem nudilo visoko kakovost bivanja v čistem, svežem in uspešnem geografskem okolju, pa tudi prijateljske vezi, zaradi katerih se bodo tu dobro počutili (MOV 2017).

V tretjem, empiričnem delu naloge smo predstavili analizo ankete o razvojnih možnostih turizma v ŠD. Anketo smo izbrali kot standardno in popularno obliko raziskave. Z njo smo hoteli ugotoviti predvsem, kako so prebivalci seznanjeni z možnostmi in strategijami turizma v svojem kraju, ali ga podpirajo, katera zvrst turizma naj bo prednostna v ŠD, ali organi lokalne skupnosti organizacijsko in finančno dovolj podpirajo turizem, kakšna je njihova skrb za urejenost kraja, kakšne so možnosti dostopa do turističnih objektov, kakšna je skrb za čisto okolje in urejenost degradiranega okolja zaradi industrije in premogovništva, ali ŠD nudi dovolj nastanitvenih zmogljivosti in kakovostnih gastronomskih možnosti, kakšne so možnosti za razvoj višjecenovnih oblik turistične ponudbe. Želeli smo tudi ugotoviti, kakšna je organiziranost turizma v ŠD, ali so ponudniki turističnih storitev med seboj usklajeni, kakšen je njihov management in kako je s kadri v turizmu. Anketo smo izvedli med naključnimi obiskovalci sejma na tržnici v Velenju. Zastavili smo jim vnaprej pripravljena vprašanja z nivojskimi odgovori, ki smo jih registrirali in nato statistično analizirali.

1.3 Metode dela za doseganje ciljev

Za zaključno projektno nalogo smo najprej zbrali ustrezno literaturo, opisali posamezne pojme o turizmu, ki so vezani na našo nalogo. Z metodo deskripcije smo opisali, kaj je turizem in kdo je turist, v kakšnih oblikah se turizem pojavlja in kako ga avtorji definirajo.

Empirični del naloge predstavlja študija primera izbrane turistične destinacije ŠD. S pomočjo ankete, izvedene med obiskovalci tržnice v Velenju na sobotni dan, ko se tam zbere največ ljudi, smo na vzorcu 60 anketirancev raziskali prednosti in slabosti sedanje turistične ponudbe ŠD in nato na osnovi anketne analize nakazali smer, v katero naj bi šel turistični razvoj, da bi ŠD postala še bolj prepoznavna kot vodilna turistična destinacija in pomemben generator gospodarskega razvoja.

Z anketo smo dobili odgovore na naslednja raziskovalna vprašanja (RV):

RV1: Koliko in v kakšni meri so anketiranci seznanjeni s strateškimi in razvojnimi turističnimi načrti ŠD?

RV2: Kakšna je turistična ponudba ŠD po pestrosti in obsegu?

RV3: Kako je turistični management ŠD nivojsko in krovno organiziran ter medsebojno povezan?

RV4: Kako anketiranci prepoznavajo razvoj turizma v ŠD in ali ga podpirajo?

RV5: Kako turistični ponudniki skrbijo za čistost okolja in urejenost svojih mest?

RV6: Na katerih turističnih dejavnostih bo temeljil prihodnji razvoj turizma v ŠD?

Rezultati raziskave temeljijo na analizi odgovorov na anketna vprašanja, ki so v nalogi prikazana v grafični in opisni obliki ter na analizi obstoječega stanja turizma v tej dolini. Pri tem smo upoštevali tudi teoretična dognanja o organiziranju, managementu, marketingu ter oblikovanju destinacij in produktov v turizmu.

1.4 Predpostavke in omejitve

Zaključno projektno nalogo smo opravili ob naslednjih predpostavkah:

- anketa je uporabna metoda za raziskovanje javnega mnenja o stanju turizma v neki destinaciji;
- predvideno zbiranje podatkov z anketo omogoča osebni stik z anketiranci in s tem se ponuja tudi možnost dodatnega pojasnjevanja in pridobivanja informacij;
- odgovori anketirancev bodo realni in skladni z obstoječim stanjem; da lokalne skupnosti ŠD podpirajo razvoj turizma v svojem kraju, da bo na voljo dovolj podatkov in jih bodo turistični odločevalci pripravljene deliti ter da je razvoj turizma ŠD velika priložnost preobrazbe iz nekdanjega izrazito industrijskega območja v moderno turistično destinacijo.

Zaključna projektna naloga ima naslednje omejitve:

- vsebinsko smo se omejili na Šaleško dolino in znotraj te na občino Velenje kot osnovnega nosilca turistične dejavnosti v regiji;
- metodološko smo se omejili le na metodo anketiranja; ob uporabi še nekaterih drugih metod bi bila raziskava še bolj temeljita;
- zaradi pestrosti turistične ponudbe ŠD je bila osnovna pozornost namenjena le nekaterim najbolj prepoznavnim turističnim zvrstem, kot so: tradicionalne prireditve, vodne in obvodne dejavnosti, muzeji, gostinstvo, rekreacija.

2 TURIZEM IN MANAGEMENT V TURIZMU

Turizem je širok preplet dejavnosti s ciljem zadovoljevanja najrazličnejših človekovih potreb v času, ko ta ne opravlja pridobitnega dela. Prinaša tudi koristi tako v družbenem kot ekonomskem pogledu. Za uspešno opravljanje svojega poslanstva mora biti dobro organiziran, voden in kontroliran. Ta naloga je zaupana managementu v turizmu.

2.1 Razvoj turizma

Turizma ni lahko definirati. Gre za človekove dejavnosti v administrativno določenem času zunaj stalnega prebivališča, ki pa ne smejo biti vezane na materialno pridobitnost in zaposlitev. Te dejavnosti so heterogene, zaradi tega se tudi turistične definicije med seboj razlikujejo in so predvsem v korelaciji s časom njihovega nastanka in ustreznih potreb ter namenov. Skozi zgodovino nekaj zadnjih stoletij so turistični znanstveniki, analitiki in proučevalci ponudili kar veliko teh definicij.

Littre (1889, po Planina 1995, 9) opiše turista kot popotnika, ki prepotuje tuje dežele iz same radovednosti in brezdolja in ki opravi neko vrsto krožnega potovanja v deželah, katere običajno obiskujejo njihovi rojaki. To je najstarejša znana definicija turista. Organizacija združenih narodov (OZN 1951, po Planina 1995, 9) pa opredeljuje turista kot osebo, ki brez razlike rase ali vere ostane v tuji državi od 24 ur do 6 mesecev v enem letu.

Tudi turizem kot dejavnost in panogo so turistični strokovnjaki različno opredeljevali. Stradner (1917, po Planina 1995, 10) šteje za turizem bivanje izven kraja stalnega bivališča, povzročeno po svobodnem nagibu, kolikor se s tem skuša zadostiti neki luksuzni potrebi. Kaspar (1991, po Planina 1995, 12) definira turizem kot celoto odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni niti glavno in stalno bivališče, niti kraj zaposlitve.

Definicije turizma se med seboj zelo razlikujejo in so se s časom tudi zelo spreminjale. Kot osnovna pa se tudi še danes upošteva definicija Hunziker-ja in Kraft-a iz leta 1942, ki pa je bila kasneje tudi nekoliko modificirana. Zaradi velikega števila različnih definicij nekateri avtorji te razvrščajo v ožje skupine. Tako na primer Cicvarić (1990, 19–25) loči 4 glavne skupine definicij: nominalistične, gospodarske, univerzalne in statistične.

Izraz turist je bil prvič uporabljen v Angliji leta 1800, kjer je bil v »Anecdotes of English Language« zapisan znameniti stavek: «A Traveller is now a days called Tour-ist» (Ogilvie 1933, po Planina 1995, 13). Izraz turizem pa se prvič pojavi leta 1811, prav tako v Angliji.

Začetek turizma ni točno določen. Največkrat se omenja, da je njegova starost enaka starosti človeštva. Toda selitve in potovanja iz začetnih obdobj zaradi zagotavljanja hrane in boljših življenjskih pogojev še ni mogoče šteti v turizem, potovanja iz drugih razlogov, predvsem

zaradi človekove naravne nagnjenosti k potovanju in spoznavanju drugih dežel, pa že vsebujejo elemente turizma.

UNWTO (1997, po Mihalič 2008, 43) deli razvoj turizma na pet obdobj: zgodnje obdobje ali čas prvih civilizacij; srednje obdobje od 5. do 14. stoletja, to je čas romarskih in raziskovalnih potovanj; obdobje renesanse od 14. do 16. stoletja, to je čas izobraževalnih potovanj plemičev in aristokratov, imenovan tudi Grand Tour; obdobje industrijske revolucije od 1780 do 1830, to je obdobje hitrega razvoja mest, iznajdbe parnega stroja; moderni turizem, to je množični razvoj turizma, ki ga je omogočila industrijska revolucija, razvoj transporta, dvig osebnih prihodkov in potrošnje.

Planina in Mihalič (2002, 33-42) zgodovino turizma delita na:

- predhodne oblike turizma in
- sodobni turizem.

V predhodne oblike spada turizem: starih Grkov, starih Rimljanov, srednji vek, renesansa in razsvetljenstvo (Alič in Cvikel 2011, 5).

Stari Grki so potovali v templje, preročišča, na olimpijske igre in na obale Egejskega morja. Šlo je za verski, športni in tudi zabaviščno počitniški turizem.

Stari Rimljani so imeli tudi zaradi velikosti teritorija, civilizacijskega razvoja in izgrajene infrastrukture dobro razvit turizem. Po urejenih poteh in cestah s številnimi kažipoti in prenočišči so veliko potovali v toplice, v latifundije na Siciliji in na obale Sredozemskega morja.

Srednji vek predstavlja zaton turizma. Potovanja so bila redka in omejena na vojake in trgovce. Brez dovoljenj zemljiških gospodov je bilo gibanje omejeno.

Zato pa prinaša renesansa v času od 14. do 16. stoletja pravi preporod v turizmu. Znanstveniki in umetniki pričnejo na veliko potovati po Evropi, zlasti v Italijo in Francijo. Popotnike je zanimala zgodovinska in kulturna dediščina. Iz tega časa so tudi znana potovanja »Grand Tour« mladih plemičev in aristokratov, ki so potovali po Evropi zaradi učenja jezikov, spoznavanja bontona in kulture ter sklepanja novih prijateljstev.

V razsvetljenstvu, od konca 18. do začetka 19. stoletja, doživi turizem nadaljnji večji razmah. To je obdobje izumov (parni stroj, lokomotiva), ki so omogočili razvoj prometa in industrije. V turizmu se poveča zanimanje za naravo, za hribe in gore, za obiske kulturnih in geografskih znamenitosti.

Sodobni turizem predstavljajo tri glavna obdobja (Alič in Cvikel 2011, 6): turizem posameznikov (1890–1914), klasični turizem (1890 do konca 20. stoletja) in moderni turizem (od konca 20. stoletja dalje).

V obdobju sodobnega turizma se najprej pojavlja turizem posameznikov iz razvitih evropskih dežel (Anglija, Francija). Turisti potujejo predvsem v alpske in sredozemske pokrajine. Kasnejša potovanja so organizirana tudi v skupinah. Pojavijo se številna skupinsko organizirana potovanja (Thomas Cook), prvi voucheri ter tudi prva pospeševalna in olepševalna turistična društva.

2.2 Oblike turizma

Kljub temu da na splošno sicer poznamo definicijo turizma, se v praksi mnogokrat izkaže, da sama definicija ni dovolj ter da moramo za njeno podrobnejšo obravnavo in proučevanje poznati še nekatere dodatne karakteristike. Predvsem se te nanašajo na različne oblike, v katerih se turizem pojavlja in jih lahko opredelimo glede na vrsto in glede na koncept (Mihalič 2008, 9).

- glede na *vrsto* turizma ločimo: alpski, vikend, počitniški, športni in podobno,
- glede na *koncept* pa je turizem lahko: trajnostni, ekološki, zeleni in drugo.

Med vrstami turizma navaja Mihalič (2008, 10) naslednje oblike: emitivni in receptivni (glede na smer gibanja), domači in mednarodni (glede na državljanstvo), aktivni in pasivni (glede na saldo turistične bilance), vikend, enodnevni, tranzitni (glede na čas bivanja), sezonski in izvensezonski (glede na sezono), poslovni, rekreativni, verski, študijski (glede na motiv), organizirani, individualni (glede na organizacijo potovanj).

Glede na koncept navaja Mihalič (2008, 18) naslednji vrsti:

- *alternativni turizem*,
- *trajnostni turizem*.

Pri alternativnem turizmu gre za popotnike, ki si organizirajo potovanje na lastno pest in na ne ustaljen način, trajnostni pa zagovarja upoštevanje naravnega okolja, spoštuje kulturne znamenitosti in avtentičnost obiskanega okolja, zagotavlja ekonomsko uspešnost poslovanja na daljši rok in skrbi za čistost okolja.

2.3 Turistična destinacija

Beseda destinacija v latinščini pomeni cilj, namen ali mesto. V turizmu se začne uporabljati v drugi polovici 20. stoletja, skupaj in predvsem z razmahom letalskega prometa, ki je omogočil naglo rast turističnih potovanj tudi v bolj oddaljene kraje. Do tedaj uveljavljenemu pojmu turistični kraj je novooblikovani pojem destinacija pomenila tudi novo vsebino, katero so narekovale spremenjene zahteve sodobnega potrošnika. Ekonomski razvoj družbe je v mnogih državah, zlasti Amerike in Evrope, izboljšal življenjski standard in kakovost življenja, s čimer pa so se pojavile tudi nove in kompleksnejše potrebe turistov. Pričakovanja turistov postajajo vedno bolj zahtevna, temu pa se je prilagajala tudi ponudba. Pojem turistična destinacija je

nastal kot posledica sprememb, ki so nastale na strani povpraševanja kot tudi negativnih učinkov množičnega turizma. Sodobni turist si vse bolj želi individualno obravnavo in vse manj čuti potrebo po organiziranih oblikah turističnih potovanj (Vodeb 2014, 16).

Po Vodeb (2014, 18) lahko turistično destinacijo definiramo glede na: prostorski ali geografski vidik, vsebinski vidik, stališča turistov, strateški vidik in sistemski vidik.

Upoštevajoč navedene vidike, so številni turistični proučevalci oblikovali svoje definicije turistične destinacije. Inskeep (1991, po Vodeb 2014, 19) meni, da mora destinacija biti dokaj samozadostna ter zagotavljati širok obseg turističnih storitev. Keller (1998, po Vodeb 2014, 19) trdi, da je destinacija potovalni cilj, ki ga zaradi privlačnosti želi turist obiskati. Bieger (2000, po Vodeb 2000, 19) razume destinacijo kot geografski prostor, ki ga turist izbere kot cilj. Lahko pa je tudi strateška enota turizma, ki turistu ponuja vse storitve, potrebne za določen tržni segment. Magaš (2000, po Vodeb 2014, 20) definira destinacijo z vsebinskega vidika. Meni, da je destinacija optimalna kombinacija fiksnih in variabilnih dejavnikov, neodvisno od administrativnih meja.

Smith (2000, po Vodeb 2014, 22) navaja številna merila, ki jih je treba upoštevati pri opredeljevanju turističnih destinacij: vključuje naj sklop kulturnih, fizičnih in socialnih značilnosti, ki skupaj predstavljajo regionalno identiteto, vsebuje naj primerno turistično infrastrukturo za podporo turističnemu razvoju, naj ne zajema samo ene skupnosti in privlačnosti, ima naj potencial za podporo razvoja uspešnih privlačnosti, sposobna mora biti podpirati načrtovanje in trženje določenega območja in naj bo dostopna velikim skupinam obiskovalcev.

Po Vodeb (2014, 22) je za turistično destinacijo značilen njen integralni turistični proizvod, zasnovan na številnih virih, proizvodih in storitvah ter lastništvu. Tako znotraj destinacije lahko prihaja do različnih povezav med javnim, zasebnim in civilnim sektorjem. Destinacija mora predstavljati gostoljubno skupnost. Ključnega pomena je vodenje. To funkcijo opravlja nek javni organ ali izvoljen odbor, ki je odgovoren za načrtovanje in management.

Konečnik (2003, po Vodeb 2014, 25) loči vrste turističnih destinacij tudi glede na: velikost destinacije (makro, mikro), motiv turista in njegove oddaljenosti od kraja stalnega prebivališča (smučanje v Evropi, safari v Afriki in podobno), lastnosti turistične destinacije (zasnovane kot en proizvod ali lokacijsko pogojene), razmerja med destinacijami (komplementarnost).

Glede na tipologijo je Rabotič (2012, po Vodeb 2014, 26) razporedil turistične destinacije na: klasične destinacije (naravne, kulturne in zgodovinske privlačnosti), destinacije s specifičnimi predeli in habitatom (privlačne zaradi naravnih virov), destinacije poslovnega turizma (industrijska središča privabljajo sfero poslovnežev), zdraviliške destinacije (temeljijo na naravnih danostih, primernih za razvoj zdraviliškega turizma), tranzitne destinacije (locirane

ob poti med emitivnimi in receptivnimi turističnimi regijami), časovno krajše destinacije (primerne za krajše obiske) in izletniške destinacije (enodnevnih obiskov krajev).

Na območju Slovenije je turistična destinacija definirana v Zakonu o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT 2018). Opredeljuje jo kot »geografsko zaokroženo območje ene ali več občin, ki ponuja določen splet turističnih storitev, oziroma integralni turistični proizvod (od storitev, prenočevanja, prehrane, zabave, rekreacije do drugih storitev za prosti čas in drugih storitev), zaradi katerega jo turist oziroma turistka izbere za svoj potovalni cilj«.

2.4 Management turistične destinacije

Destinacija je zaokrožen geografski prostor, ki si ga turist izbere kot cilj potovanja in vsebuje vse, kar turist potrebuje za bivanje na tem prostoru. Načrtovanje, vodenje, upravljanje s turistično destinacijo pa je zaupano destinacijskemu managementu. Ta mora biti sposoben prevzemati najzahtevnejše naloge pri raziskovanju, analiziranju, načrtovanju, oblikovanju, razvoju in vodenju procesov v turistični dejavnosti, tako na ravni gospodarskih kot javnih turističnih organizacij. Management po definiciji vključuje: načrtovanje, vodenje, organiziranje in kontroliranje dela v neki organizaciji. To velja tudi za destinacijski management, katerega osnovni koncept temelji na upravljanju in vodenju turistične ponudbe. Pri destinacijskem managementu je pomembno, da ga na lokalni ravni vodi organizacija, v katero naj bi bila vključena ali z njo sodelovala večina lokalnih turističnih subjektov (Brezovec 2004, 3–4).

Možina (1994, 15) pojem manager opredeljuje kot osebo, ki mora usmerjati človeške in materialne vire ter voditi organizacijo in delo posameznikov. Med človeške vire šteje: delo z ljudmi, dodeljevanje nalog, motiviranje in nagrajevanje; med materialne vire pa uvršča: nabavo blaga in nabavo materiala

Kralj (2003, 15) opredeljuje management kot proces vodenja organizacije k izidom in rezultatom.

Management se je razvijal skozi celotno zgodovino človeštva, kot znanstvena disciplina pa šele v obdobju po industrijski revoluciji. Začetki destinacijskega managementa segajo v drugo polovico preteklega stoletja, prvi pa je ime destinacijski management uporabil Phil Lee, ustanovitelj svetovalcev za prosti čas in razvedrilo v Ameriki. Kaspar (1996, po Lebe 2009,6) štejeta med naloge destinacijskega managementa: oblikovanje turistične politike, upravne naloge, sooblikovanje turistične ponudbe, promocijo, odnose z javnostjo.

3 TURIZEM V SLOVENIJI

Turizem je v Sloveniji pomembna gospodarska dejavnost z velikim potencialom nadaljnega razvoja in ugodnimi deleži tako v celotnem izvozu kot v deležu BDP in zaposlenosti. Postaja tudi vse bolj prepoznavna na turističnem zemljevidu Evrope in sveta. Uveljavlja se kot zelena, okolju prijazna, gostoljubna in varna turistična destinacija.

3.1 Strategija razvoja turizma v Sloveniji v obdobju 2017–2021

Slovenija je v letu 2017 sprejela novo Strategijo razvoja turizma v Sloveniji 2017–2021. Ta upošteva tako globalne turistične trende v svetu kot tudi specifičnosti, ki jih ima Slovenija na področju turizma.

Za globalne trende je značilno:

- hitra gospodarska rast, saj turizem ustvari danes že 9 % svetovnega BDP-ja in zaposluje približno 350 milijonov ljudi. Mednarodni obiski bodo naraščali po 3,8-odstotni stopnji in leta 2030 dosegli 1800 milijonov obiskovalcev;
- krepi se rast srednjega družbenega razreda in naj bi iz sedanjih 3,2 milijarde predstavnikov do leta 2030 narasla na 4,9 milijarde predstavnikov, kar bo vplivalo na načine potovanj in doživljanja obiskanih krajev;
- več kot polovica potovanj bo opravljeno z letali;
- motiv za odločitev o potovanjih turistov vse bolj postaja zdravje in dobro počutje;
- vse bolj se utrjuje hotelski sektor in tehnološki razvoj tudi vedno bolj spreminja načine delovanja hotelov, hotelske blagovne znamke postajajo vplivnejše na destinacijah;
- delitvena ekonomija povečuje moč potrošnikom in spreminja utečene navade poslovanja v turizmu;
- standard turističnega delovanja postaja trajnostno delovanje in upravljanje turizma.

Za Slovenijo so pri strategiji razvoja turizma poleg globalnih trendov upoštevane tudi nekatere njene specifičnosti:

- po ekonomski krizi gospodarstvo okreva in daje možnosti novim investicijam, zato vedno bolj zanimiva postaja tudi za tuje naložbe;
- je ena najbolj zelenih držav na svetu in bogata z vodnimi viri;
- ima ugodno podnebje, tu se prepletajo vplivi Sredozemlja, Alp, krasa in panonskega sveta;
- polovica prebivalcev je naseljena v mestih, struktura prebivalcev se stara;
- ima dobro razvito osnovno cestno infrastrukturo, bolj težavne so komunikacijske poti med destinacijami;
- potencial so številni tranzitni turisti;
- primanjkuje hitrih železnic in ugodnih mednarodnih povezav;
- ima izjemno slabe letalske povezave;

- v prihodnje bo nekoliko manj možnosti črpanja evropskih sredstev za večje investicije.

V Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 je opredeljeno 6 ključnih politik: nova organiziranost, pravni okvir, naložbe v namestitve in infrastrukturo, kadri, naravni in kulturni vir ter razvoj malih in srednjih podjetij. Nova organiziranost predvideva ustanovitev štiri makro destinacij: Mediteranska, Alpska, Termalno Panonska in Osredja Slovenija. Te bodo podprte s turističnimi produkti, ki so značilni za posamezno destinacijo. V vsaki so določene tudi vodilne destinacije. Za koordinacijo med njimi bo skrbela nacionalna turistična organizacija v trženjskem smislu, na novo bodo določene tudi pristojnosti nekaterih organov MGRT, zadolženih za turizem. Potreben bo tudi večji poseg v obnovo in prestrukturiranje turistične infrastrukture ter zagotavljanje potrebnega kadra z ukrepi na področju formalnega izobraževanja kot tudi izobraževanja ob delu. Potrebna bodo tudi vlaganja v razvoj srednjih in malih podjetij ter tako njihov potencial bolje izkoristiti (MGRT 2017).

3.2 Osnovne usmeritve turistične ponudbe v Sloveniji

Prihodnji razvoj turizma v Sloveniji bo temeljil na globalni kakovosti, trajnostnem in zelenem kontekstu, izkoriščanju ugodnega geostrateškega položaja destinacije in veliki pripravljenosti deležnikov k produktivnim spremembam in izboljšavam poslovnega okolja (MGRT 2017).

3.2.1 Cilji rasti slovenskega turizma do leta 2021

Nova strateška vizija turizma v Sloveniji do leta 2021 predvideva, da bo Slovenija globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika doživetja in mir. Ključni cilji pa so (MGRT 2017):

- dvig prilivov od potovanj na 4 milijarde evrov,
- 5,5 milijonov turističnih obiskov,
- 18 milijonov nočitev,
- podaljšanje dolžine bivanja na 3,4 dni,
- 22 000 novih turističnih sob,
- povečanje zaposlenosti v turizmu na 12 000 zaposlenih,

Te cilje bo Slovenija dosegla s strategijo pospeševanja razvoja turizma, ki vključuje: večje investicije v nastanitvene zmogljivosti višje kategorije, izboljšanje kakovosti celotne turistične infrastrukture, spremembo ustrezne zakonodaje, izboljšanja celovite podobe slovenskega turizma, povečanje turistične potrošnje za 10 %, zagotavljanje sredstev za turistični razvoj iz nacionalnih in evropskih virov, dosledno izvajanje opredeljenih politik v Strategiji razvoja turizma v Sloveniji do leta 2021 (MGRT 2017).

3.2.2 Turizem 4.0

Turizem je postal tretji najpomembnejši gospodarski sektor na svetu, zato je tudi razvojnih izzivov na tem področju vedno več. V Evropi je že vsak deseti delavec zaposlen v turizmu, ta celina pa je turistično najbolj popularna, saj se več kot polovica mednarodnega turizma opravi na njenih tleh. Na drugi strani pa se največji dobički iz naslova turizma pretakajo k velikim svetovnim korporacijam, ki tržijo svoje platforme in ne puščajo zaslužka lokalnemu okolju. Evropa skuša sedaj tako stanje prekiniti in išče inovativne rešitve. Finančno bo podprla združevanje različnih podjetij in znanstvenih institucij pri iskanju in ustvarjanju novih platform v turizmu. Med raziskovalnimi projekti dobiva pomembno mesto Turizem 4.0, vanj se vse bolj aktivno vključuje tudi Slovenija. Nastaja projekt, ki bo omogočal popolnoma nove vrste poslovnih sodelovanj in prinesel nove izvirne rešitve za usmerjanje turističnih tokov in ustvarjanje osebne turistične izkušnje. V Sloveniji je ustanovljeno Partnerstvo za Turizem 4.0, vanj se vključujejo različna podjetja, ustanove, znanstveni zavodi in ministrstva s ciljem mednarodne promocije in udejanjanja Turizma 4.0. V osnovi gre za iskanje pogojev za ustvarjanje novega formata dinamičnega ekosistema, v katerem bo turizem središčni povezovalc med lokalno skupnostjo, turističnimi ponudniki, turisti in državo. To je raziskovalni projekt, vanj želijo nosilci vključiti čim več deležnikov s turističnimi izkušnjami in tako ugotoviti možnosti, potrebe in želje slovenskega turističnega sistema ter oblikovati izvedljive rešitve. Turizem 4.0 temelji na uporabi množice podatkov, ki jih različne korporacije, podjetja in drugi zbirajo o svojih uporabnikih, ter na osnovi teh podatkov, sodobnih tehnologij, umetne inteligence ter virtualno resničnosti praksi ustvarja novo turistično ponudbo, ki je do podrobnosti prilagojena posamezniku (Curk Repič 2019).

3.2.3 Receptivna agencija

Turistične agencije so podjetja, ki se ukvarjajo z organizacijo in prodajo turističnih storitev. V osnovi se delijo na klasične in specializirane agencije. Pogoji ustanovitve turistične agencije so v Sloveniji določeni v Zakonu o pospeševanju turizma, ustanovitelji pa morajo pridobiti tudi ustrezno licenco pri Gospodarski zbornici Slovenije.

Incomming ali receptivna agencija je posebna vrsta turistične agencije, ki se nahaja na destinaciji in skrbi za izvedbo programa na destinaciji ter servisira goste, ko ti prispejo na destinacijo. Pogosto je predstavnik organizatorja potovanj na destinaciji in zato tam uveljavlja njegove želje in interese. Običajne storitve receptivne agencije so: informiranje o stanju in razvoju ponudbe na destinaciji, pomoč pri sklepanju pogodb z izbranimi dobavitelji, pomoč pri organiziranju servisne in predstavniške službe, organizacija transferjev, izletov in obiska raznih prireditev ter svetovanje. Nekatere agencije so lahko hkrati receptivne in potovalne, saj lahko opravljajo vse storitve potovalne agencije in se zaradi svoje lokacije v nekem turističnem kraju ukvarjajo tudi z receptivnimi posli (TTS 2011). Receptivna agencija opravlja eno ali več turističnih storitev in jih nudi kot samostojni produkt.

4 ŠALEŠKA DOLINA

Šaleška dolina, imenovana tudi Velenjska dolina, leži v severnem delu Slovenije. Je podolgovata kotlina, na vzhodu omejena s Pohorjem, na jugu s Posavskim hribovjem in na zahodu s Kamniško-Savinjskimi Alpami. Pretežni del je ravninski ob reki Paki. Dolina je dobila ime po gradu Šalek.

4.1 Predstavitev Šaleške doline

Šaleško dolino sestavljajo tri občine: Velenje, Šoštanj in Šmartno ob Paki, ki imajo skupaj 44 600 prebivalcev.

Kraj Šoštanj se prvič omenja okrog leta 1190, ime pa je dobil po gradu, ki so ga zgradili plemiči Šoštanjski. Gospodarsko postane pomembnejši v 18. stoletju, ko je družina Vošnjak ustanovila usnjarsko delavnico, jo uspešno razvijala v pomembno tovarno usnja, ki je ob koncu 20. stoletja že slovela kot največja v Evropi. Usnjarska dejavnost se je v Šoštanju končala leta 1999. Po 2. svetovni vojni Šoštanj postane največji proizvajalec elektrike v Sloveniji. Postopoma je bilo zgrajeno 6 blokov in ti so zagotavljali električno energijo skoraj polovici gospodinjstvom v državi (ŠCV 2018).

Tudi kraj Velenje je dobil ime po Velenjskem gradu. Ta stoji na hribu ob vstopu v Šaleško dolino s strani Celja. Velenje je dolgo gospodarsko in kulturno zaostajalo za razvojem Šoštanja. Hitrejši gospodarski razmah se začne po industrijski revoluciji, ko se z izumom parnega stroja in drugih naprav začne večje povpraševanje po premogu. V Velenju odkrijejo bogato nahajališče lignita in leta 1885 začnejo s podzemnim odkopom premoga. Leta 1891 je bila vzpostavljena tudi železniška povezava s Celjem. Do leta 1945 je bilo izkopano že več kot 65 milijonov ton s povprečno zaposlitvijo 550 rudarjev (ŠCV 2018).

Rudarjenje je že v prvi polovici 20. stoletja vplivalo na gospodarski razvoj kraja, predvsem k preobrazbi iz pretežno kmečkega v kmečko industrijsko okolje. Večji gospodarski razmah doživi Velenje po letu 1950, ko se povečajo potrebe po premogu in se izkop premoga vsako leto povečuje. Vzporedno z rastjo rudnika nastaja ob Starem Velenju popolnoma novo, sodobno in moderno grajeno mesto. Ob Premogovniku pa se v tem času razvija tudi druga industrija. Leta 1961 začne proizvodnjo Gorenje, pa vrsta drugih podjetij, kot so: Veplas, Eko, Era, Vegrad. Ta podjetja skupaj s Termoelektrarno, Gorenjem in Premogovnikom predstavljajo velik industrijski bazen. Gospodarska moč tega bazena pa se začne zmanjševati po izgubi trgov v nekdanji skupni državi, ko mnoga podjetja propadejo ali morajo zmanjšati proizvodnjo. Z gospodarsko krizo se ta padec še poglobi in prestrukturiranje podjetij ter iskanje novih možnosti gospodarskega zagona postane vse bolj aktualno. Znotraj tega pa se nakazuje razvoj turizma kot velik potencial in priložnost.

4.2 Turistične znamenitosti Šaleške doline

Šaleška dolina je poznana po številnih naravnih in kulturno zgodovinskih znamenitostih. Gradovi in cerkve se ponašajo s častljivo starostjo več stoletij, pridružujejo pa se jim tudi številni sodobnejši spomeniki in arhitekturna dediščina, predvsem iz časa intenzivne rasti mesta Velenje od druge polovice 20. stoletja dalje.

4.2.1 Gradovi

Šaleška dolina, pogosto imenovana tudi dolina gradov, ima številne gradove, ki izvirajo iz različnih zgodovinskih obdobj. Med najpomembnejšimi so: Grad Velenje, Grad Šalek, Grad Ekenštajn, Grad Thurn in Pusti grad v Šoštanju. Večina teh je bila zgrajena v 12. ali 13. stoletju (MOV 2019a).

4.2.2 Sakralni objekti

Sakralne objekte predstavljajo cerkve, kapelice, podobice, cerkveni zvonovi. V Šaleški dolini med te lahko uvrstimo: cerkev sv. Martina, cerkev Karmelske Matere Božje, cerkev sv. Janeza Krstnika in podružnične cerkve sv. Andreja v Šaleku in sv. Miklavža v Bevčah. V Šoštanju sta znani cerkvi sv. Mihaela in cerkev sv. Mohorja (MOV 2019b).

4.2.3 Muzeji

Šaleška dolina je bogata z muzejsko dejavnostjo. V Muzeju Velenje, na gradu, je 11 stalnih muzejskih zbirk, od mastadonta, razstave Šaleška dolina med 10. in 17. stoletjem, zbirka Františka Foita, razstava Šaleška dolina 1941–1945. V Šoštanju je znan Muzej usnjarstva Slovenije. Posebno mesto ima Muzej premogovništva v Velenju, ki je tudi zelo obiskan. V avtentičnih pogojih in rovih, kjer se je resnično nekoč kopal premog, je prikazana dejavnost rudarjenja, vključno z opremo in multimedijско podprtostjo (Velenje Slovenija 2019a).

4.2.4 Spomeniki

Med spomenike Šaleške doline se uvrščajo: Batičeve Onemele puške, Avgustinčičev Maršal Tito, Kogovškov Rudar, Žena z morja kiparja Meštoviča, Cesarjev Manifest, kipi: Alfonz Šarh, Anton Aškerc, Edvard Kardelj, Gustav Šilih, Miha Pintar Toledo, Nestl Žgank, Muze umetnosti. V Velenju je skupaj 22 spomenikov. V Šoštanju pa so med bolj znanimi: Karel Destovnik Kajuh, Spominski park, Marijin steber, Spomenik padlim v prvi svetovni vojni, Prvi partizanski napad na Šoštanj (MOV 2019c).

4.2.5 Arhitektura

Med arhitekturne znamenitosti Šaleške doline bi lahko uvrstili: Kulturni dom, Vilo Herberstein, Vilo Bianca in številne zgradbe v mestu, ki so bile zgrajene v modernistični arhitekturni zasnovi in nudijo kakovostno bivanje. Sem štejemo tudi Promenado kot sodoben komunikacijski objekt v središču mesta (Velenje Slovenija 2019b).

4.3 Obstoječa turistična ponudba Šaleške doline

Turistična ponudba ŠD je bogata in raznolika. Turisti lahko tu koristijo številne kulturne, športne, rekreacijske, zabavne in druge storitve.

– nastanitve:

Velenje ima 239 sob s 718 ležišči, od tega je v hotelih Paka in Razgoršek 145 ležišč, v Camping Jezero 430 ležišč in ostalo v Mladinskem hotelu, Vili Herberstein, Turistični kmetiji Tuševo, Pensionu Rajh, Gostišču Hartl in Prenočišču Mraz. Sobe v hotelih so kategorizirane s 4 zvezdicami, ostale nižje. Ležišča v Campingu so kategorije 2. Avtokamp Jezero leži neposredno ob Velenjski plaži. Gostom je na voljo 7 mobilnih hišk in 100 parcel za kampiranje. V Velenju je tudi veliko možnosti zasebnih namestitev, v katerih si turisti preko portala AirBnB sami organizirajo bivanje (MOV 2017, 11).

– gostinstvo:

Gostinska dejavnost se v Velenju opravlja v številnih gostinskih lokalih, ki imajo različno ponudbo. Večinoma gre za klasične jedi. Gostinci nudijo hrano v 46 objektih, med temi so bolj znani: Vila Herberstein, Hotel Paka, Restavracija Jezero in Restavracija Delavski klub. Ponudba jedi je v glavnem prepuščena posameznim gostincem. Velenje nima prepoznavne kulinarike, ki bi se v večji meri identificirala z značajem in posebnostmi kraja in bila celostno predstavljena v okviru celotne destinacije Manjka tudi ponudba jedi višjega ranga za zahtevnejše goste. Kot posebnost v gostinski ponudbi se omenja najgloblja jedilnica v Sloveniji, ki se nahaja v Muzeju Premogovništva in kjer lahko za posebne dogodke ponudijo tudi zahtevnejše storitve. Ta možnost vnaša v kulinarično ponudbo Velenja butičnost in je namenjena gostom, ki iščejo posebna doživetja. Pestrost in izvirnost kulinaričnega doživetja ponuja tudi prireditev Promenada okusov. Izvirno in krajevnim običajem prilagojeno kulinariko ponuja tudi nekaj turističnih kmetij. Med temi so bolj uveljavljene: Kmetija Tuševo, Kmetija Apat, Izletniška kmetija Stropnik, Kmetija Karničnik, Kmetija Lamperček in še nekatere druge (MOV 2017, 14).

– šport in rekreacija:

Športna ponudba Velenja je pestra in raznolika, tako za aktivne športnike kot tudi rekreativce. Tu so številni klubi in športna društva, ki lahko svojo dejavnost opravljajo v Rdeči dvorani, Mestnem stadionu z igrišči za nogomet in atletskimi napravami, Bazenu Velenje, Tenis centru Jezero, Smučarsko skakalnem centru, Golf vadbišču, Klubu vodnih športov in Konjeniškem klubu. Koristijo lahko tudi številne kolesarske, tekaške in

sprehajalne poti, tako v rekreacijskem centru Jezero kot v drugih predelih mesta. Športna infrastruktura je dobro vzdrževana in nudi zadovoljive možnosti tako profesionalnega kot rekreativnega udejstvovanja (MOV 2017, 16).

– prireditve:

V okviru Poletnih kulturnih prireditev in Prazničnega decembra so v Velenju organizirane številne športne, kulturne glasbene in druge družabne prireditve, tako za prebivalce kot tudi goste zunaj Velenja. Velik delež prireditev organizirata Javni zavod Festival Velenje in Zavod za turizem Šaleške doline, ob njima pa še Rdeča dvorana, Športna zveza Velenje in športni klubi, Mladinski center Velenje, Turistična zveza Velenje, turistična društva ter drugi. Med prireditvami izstopata tradicionalna Pikin festival in festival Kunigunda. Sta tudi najbolj obiskana. Poznane pa so tudi vsakoletne prireditve Skok čez kožo ter Srednjeveški dan na Velenjskem gradu. Organizator številnih glasbenih prireditev je tudi Glasbena šola Velenje (MOV 2017, 18).

– muzeji:

Med najbolj znane muzeje Šaleške doline spadajo: Muzej Velenje, Muzej premogovništva in Muzej usnjarstva. Muzej Velenje je na Velenjskem gradu in ima 11 stalnih muzejskih zbirk. Med temi sta najbolj prepoznavni zbirki Františka Foita in izkopanina mastadonta. Muzej premogovništva Velenje se nahaja na mestu, kjer se je premogovništvo v Velenju resnično začelo, to je v jami Škale. Obiskovalci se lahko ob avdiovizualnih učinkih v avtentičnem rudarskem okolju seznanijo z nekdanjim delom velenjskih rudarjev. Muzej usnjarstva Slovenije prikazuje razvoj in delo nekdanjih usnjarjev v Šoštanju. Med muzeji Šaleške doline je poznana tudi Kavčnikova domačija v Zavodnjah in spominska soba konca 2. svetovne vojne v Topolšici (Velenje Slovenija 2019a).

– vodne in obvodne dejavnosti:

Na območju izkopavanja premoga so v Šaleški dolini nastala tri večja ugrezninska jezera: Škalsko, Velenjsko in Družmirsko, ki so s skupno površino več kot 200 ha največja jezera v Sloveniji. Pod Velenjskim in Škalskim jezerom je izkopavanje premoga zaključeno, pod Družmirskim pa se še nadaljuje. Zaradi tega sta trenutno za turizem uporabni le prvi dve. Velenjsko jezero je največje in je tudi najprimernejše za turistične namene. Mestna občina Velenje je ob tem jezeru prepoznala velik turistični potencial in jezero začela urejati. Nastala je Velenjska plaža, ki obiskovalcem ponuja številne možnosti vodnih in obvodnih dejavnosti: od sončenja, kopanja, jadriranja, supanja, surfanja, vožnje po jezeru, kampiranja, igranja nogometa, odbojke na mivki, mini golfa, tenisa, jezdenja. Tu so tudi številne kolesarske in sprehajalne poti. Ponudba je pestra in ponuja veliko zabave, tako otrokom kot odraslim. V sezoni 2018 je plažo obiskalo več kot 80 000 obiskovalcev iz Slovenije in zamejstva (Velenje Slovenija 2019c).

– druge dejavnosti

Velenje ima tudi velike možnosti razvoja poslovno-kongresnega turizma, saj ima za te namene primerno infrastrukturo v kar nekaj objektih: Hotel Paka, Mladinski hotel, Dom kulture, Vila Bianca, Restavracija Jezero in drugih. V Velenju je tudi več kot 30

pohodniških, kolesarskih in tematskih poti, ki vzporedno z rekreacijo in zabavo ponujajo udeležencem ogled naravnih in kulturnih znamenitosti kraja (MOV 2017).

4.4 Strategija razvoja turizma Šaleške doline v obdobju 2017–2021

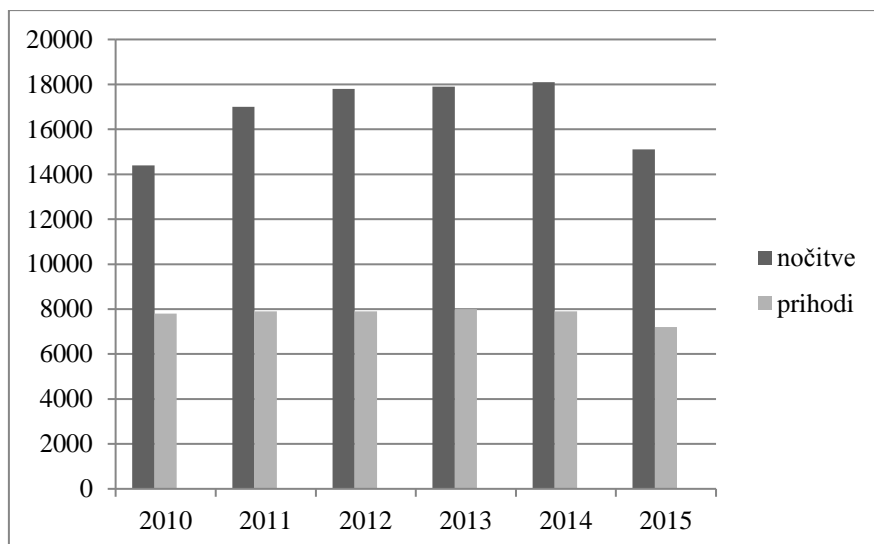
Prepoznavnost Šaleške doline se je v zadnjem obdobju korenito spremenila. Iz izrazito industrijskega kraja vse bolj prerašča v pomembno turistično destinacijo, z veliko možnostmi za nadaljnji turistični razvoj. Te so občine Velenje in Šoštanj opredelile v dokumentu Strategija razvoja in trženja turizma v MOV 2017–2021, ki temelji na dosedanjih izkušnjah razvoja turizma in predvideva tudi prihodnji trajnostni razvoj. V dokumentu so upoštevane tudi smernice turističnega razvoja Slovenije in regije SAŠA za isto obdobje. Predvideno je, da bo turizem Šaleške doline postal pomembna gospodarska panoga in prepoznavna destinacija, ki bo turistom zagotavljala avtentična doživetja. Med glavne cilje strategija uvršča:

- povečanje števila zaposlenih v turizmu za 30 %,
- razvoj vsaj treh nosilnih vrhunskih in avtentičnih turističnih produktov,
- izvedbo vsaj treh večjih infrastrukturnih projektov na področju turizma,
- dvigniti prepoznavnost turistične destinacije,
- nadgradnja certifikata Slovenija green Destination.

Strategija konkretno opredeljuje turistične naloge do leta 2021. Za posamezna področja bodo oblikovane strokovne komisije, katerih naloga bo identifikacija problemov in oblikovanje predlogov rešitev. Za koordinacijo in izvedbo nalog je krovno zadolžen management Zavoda za turizem Šaleške doline. V osnovi pa so vse naloge usmerjene v ustvarjanje pogojev za daljše bivanje turistov na destinaciji in preko kakovostnejših storitev tudi v doseganje višjih cen in ekonomskih učinkov (MOV 2017, 7).

4.4.1 Prihodi in nočitve v Sloveniji in MOV 2010–2015

V letu 2015 je bila MOV po številu ustvarjenih prenočitev na 54. mestu, po številu turističnih prihodov pa na 55. mestu med 124 občinami v Sloveniji, za katere so na voljo podatki. V nacionalnem merilu je MOV v letu 2015 ustvarila 0,2 % turističnih prihodov in 0,15 % prenočitev. Med 11. mestnimi občinami v Sloveniji je MOV tako po številu prihodov kot po številu prenočitev na zadnjem mestu.



Slika 1: Gibanje prihodov in nočitev v MOV 2010–2015

Vir: SURS 2019.

V obdobju 2010–2013 je v MOV število prihodov gostov naraščalo, nato pa se je do leta 2015 zmanjšalo za 5,5 %. Število prenočitev je naraščalo do leta 2014, sledil je padec v višini 15,1 % (Slika 1).

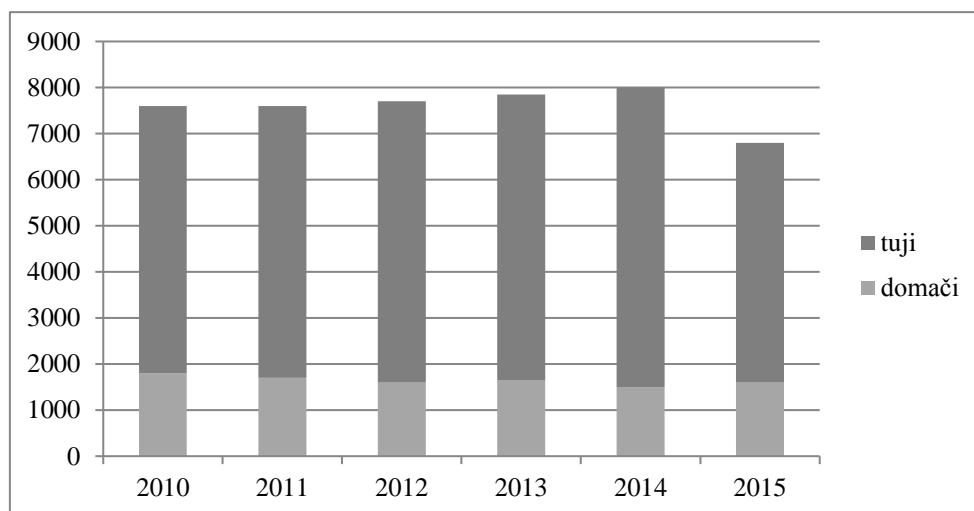
	SLOVENIJA			MESTNE OBČINE				VELENJE				
	prihodi	k	prenočitve	k	prihodi	k	prenočitve	k	prihodi	k	prenočitve	k
2010	3006272		8906399		250432		514457		7700		14584	
2011	3217966	107	9388095	105	277571	111	580546	113	7768	101	16269	112
2012	3297556	102	9510663	101	294177	106	623747	107	7729	99	17746	109
2013	3384491	103	9579033	101	296947	101	604191	97	7943	103	17962	101
2014	3524020	104	9590642	100	315520	106	620599	103	7797	98	18108	101
2015	3927530	111	10341699	108	358233	114	701710	113	7507	96	15383	85
10/15		131		116		143		137		97		105

Slika 2: Prihodi in prenočitve v Sloveniji, mestnih občinah in MOV ter koeficienti rasti med letoma 2010 in 2015

Vir: SURS 2019.

V obdobju 2010–2015 je število prihodov gostov in število prenočitev v MOV precej zaostajalo za rastjo števila gostov in prenočitev v Sloveniji. Koeficient rasti prihodov je v MOV v tem obdobju v primerjavi s Slovenijo manjši za 34 %, koeficient rasti prenočitev pa za 11 % (Slika 2).

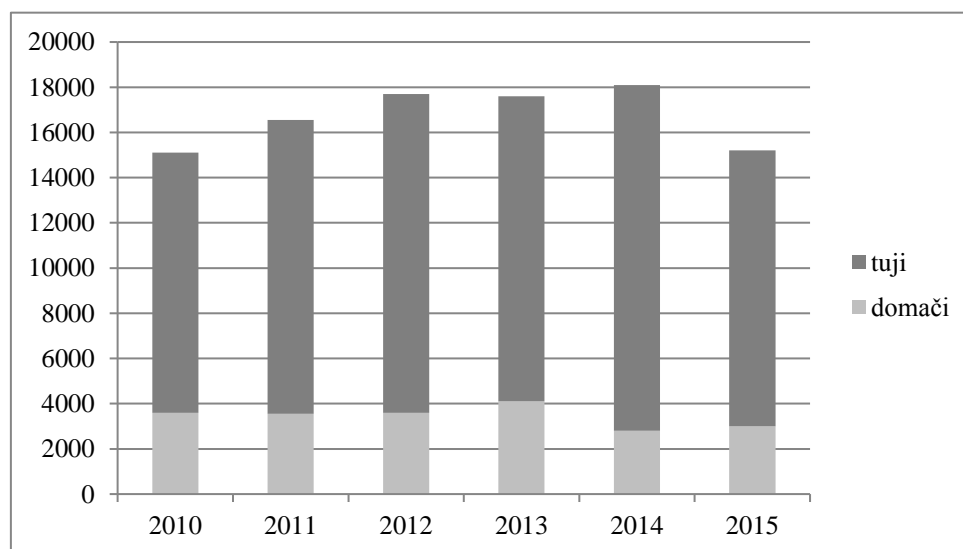
4.4.2 Struktura gostov MOV glede na prihode in nočitve v obdobju 2010–2015



Slika 3: Prihodi domačih in tujih gostov v MOV v obdobju 2010–2015

Vir: SURS 2019.

V obravnavanem obdobju je bilo število turističnih prihodov na letni ravni med 7500 in 8000 gostov, od tega dve tretjini tujcev (Slika 3).



Slika 4: Prenočitve domačih in tujih gostov v MOV med letoma 2010–2015

Vir: SURS 2019.

Število nočitev v MOV se je letno gibalo okoli 16 700, pri tem je število nočitev tujih gostov naraščalo, število nočitev domačih pa stagniralo (Slika 4).

5 ŠALEŠKA DOLINA KOT VODILNA TURISTIČNA DESTINACIJA

V Strategiji razvoja turizma v Sloveniji 2017–2021 je ŠD opredeljena kot vodilna turistična destinacija v tem delu Slovenije. To je destinacija, ki je vodilna glede na obseg prenočitev v Termalno Panonski makro destinaciji in glede na njen vpliv na ustvarjanje podobe/prepoznavnosti. Praviloma je v posamezni makro destinaciji opredeljenih od šest do deset vodilnih destinacij. Temeljno merilo za vključitev v kategorijo vodilnih destinacij določene makro destinacije je število prenočitev (in delež tujih), ki je po potrebi korigirano z utežjo vpliva destinacije na podobe oziroma prepoznavnost makro destinacije (MGRT 2017).

5.1 Namen in cilji raziskave

Namen raziskave je analizirati obstoječe stanje turizma v Šaleški dolini in na osnovi ugotovitev stanja ter turističnih potencialov doline in mnenja prebivalcev ugotoviti, kakšne so uresničljive možnosti prihodnjega razvoja turizma Šaleške doline, da ta postane prepoznavna in vodilna destinacija v skladu s smernicami Strategij razvoja turizma do 2021 v Sloveniji, regiji SAŠA, mestni občini Velenje kot tudi pričakovanji prebivalcev. Nekoč pretežno industrijsko področje, s kopanjem premoga in proizvodnjo električne energije kot prevladujočo dejavnostjo in znano po negativnih vplivih na okolje, za turizem ni bilo zanimivo. Šele s sanacijo izpustov prahu in plinov v termoelektrarni ter sanacijo degradiranih površin zaradi rudarjenja, so se pogoji za razvoj turizma bistveno izboljšali. Turizem je postal ena od pomembnih priložnosti za nov zagon gospodarstva, ki je bilo tudi zaradi ekonomske krize in propada nekaterih podjetij prizadeto. Na razvoj turizma so poleg naravnih danosti in številnih kulturno-zgodovinskih spomenikov vplivali tudi mnogi novi turistični produkti in nakazovali možnosti še večjega turističnega razmaha. Turistični akterji doline so te možnosti prepoznali in začeli iskati optimalne rešitve za učinkovito izrabo turističnih potencialov. Prispevek k tem naporom je tudi naša raziskovalna naloga.

Cilj raziskave je bil ugotoviti, s kakšnimi turističnimi potenciali razpolaga Šaleška dolina, kakšna je podpora prebivalcev doline turizmu, ali se to aktivno vključuje v iskanje priložnosti za dejavnost turizma, katere turistične produkte naj dolina razvija in s kako organiziranim managementom bo mogoče načrtovano doseči. Predvidevamo, da so ugotovitve naše raziskave načrtovalcem turizma Šaleške doline v veliko pomoč.

5.2 Razvoj ankete

Kot metodo raziskave smo uporabili anketo. Izvedli smo jo 15. 6. 2019 v dopoldanskem času. Mesto izvedbe ankete je bila tržnica v središču Velenja. Ta dan smo izbrali zaradi domneve, da bo zaradi gostovanja in stojnic nekaterih turističnih društev iz krajev izven Šaleške doline tudi več obiskovalcev. Domneva je bila pravilna, saj se je na tržnici zbralo precej več ljudi.

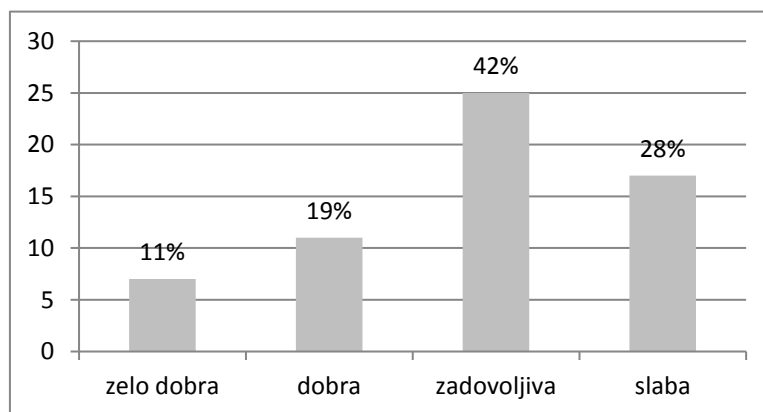
Anketa je bila anonimna, vprašalniki pa zaprtega tipa z možnostjo pojasnil ali razširjenih odgovorov, ki so dodatno pojasnjevali posamezna vprašanja. Te smo zapisali in jih pri analizi anketnih vprašalnikov tudi upoštevali. Anketa je vsebovala 12 vprašanj po temah, ki so omogočala celovit pogled na turizem Šaleške doline. Anketirali smo 60 naključno mimoidočih obiskovalcev tržnice. Anketne vprašalnike smo oblikovali sami, pri čemer smo upoštevali pravila za sestavo anket, ki temeljijo na razvoju kratkih, jasnih, nezahtevnih vprašanj z enostavno merilno lestvico ter omogočajo tudi enostavne odgovore. Udeležence smo tudi seznanili z namenom ankete. Pri izboru anketnih vprašanj smo se zgledovali po nekaterih podobnih anketah o turizmu, ki jih je opravil Zavod za turizem ŠD, ter še nekaterih drugih, predvsem spletnih anketah.

5.3 Analiza anketnih odgovorov

Anketne odgovore smo statistično obdelali in jih prikazali z grafikoni. Na abscisni osi smo prikazali deleže nivojskih odgovorov, na ordinatni osi pa število posameznih odgovorov.

– Kako ste seznanjeni z načrti razvoja turizma v Šaleški dolini?

Seznanjenost prebivalcev s turističnimi programi je velikega pomena za razvoj turizma v regiji. Ta seznanjenost je tudi v korelaciji s podpornim ali odklonilnim odnosom prebivalcev do turizma.

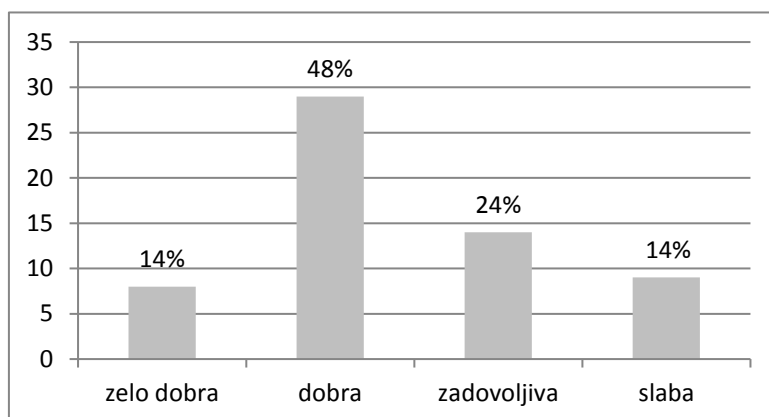


Slika 5: Seznanjenost prebivalcev z razvojnimi turističnimi programi Šaleške doline

Prebivalci Šaleške doline niso najboljše seznanjeni s programi in strategijami svojih turističnih organizacij, saj je le slaba tretjina takih, ki programe dobro ali zelo dobro pozna, enak delež pa je tudi tistih, ki turističnih programov sploh ne pozna. Bolje poznajo operativne programe Turistične zveze in društev, manj pa programe zasebnih turističnih ponudnikov, občin in javnih zavodov, ki se ukvarjajo s turizmom.

- Kako ocenjujete obstoječo turistično ponudbo Šaleške doline?

Ocena obstoječe turistične ponudbe je hkrati tudi kazalec turistične razvitosti kraja in kažipot prihodnje turistične naravnosti.

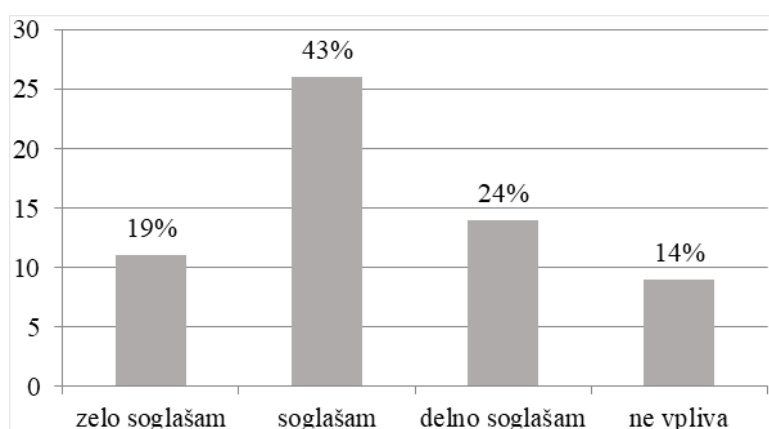


Slika 6: Ocena obstoječe turistične ponudbe Šaleške doline

Skoraj dve tretjini vseh udeležencev v anketi ocenjuje, da je turistična ponudba v Šaleški dolini dobra, raznolika in bogata, četrtina pa je z njo še zadovoljna. Večina torej dobro pozna glavne turistične produkte Šaleške doline, med temi zlasti nekatere uveljavljene kulturne, rekreativne in športne prireditve ter dejavnost muzejev.

- Soglašate, da razvoj turizma v Šaleški dolini spodbuja lokalne prebivalce k večji skrbi za urejenost kraja in okolja ter izboljšuje kakovost njihovega bivanja?

Odnos lokalnega prebivalstva do turizma je izredno pomemben. S sodelovanjem pri kreiranju razvojnih programov in aktivnostmi za njihovo uresničenje veliko pripomorejo k turističnemu razvoju, s skrbjo za urejenost in čistost svojega mesta ter z izkazano gostoljubnostjo pa vplivajo tudi na obiskanost turistov.

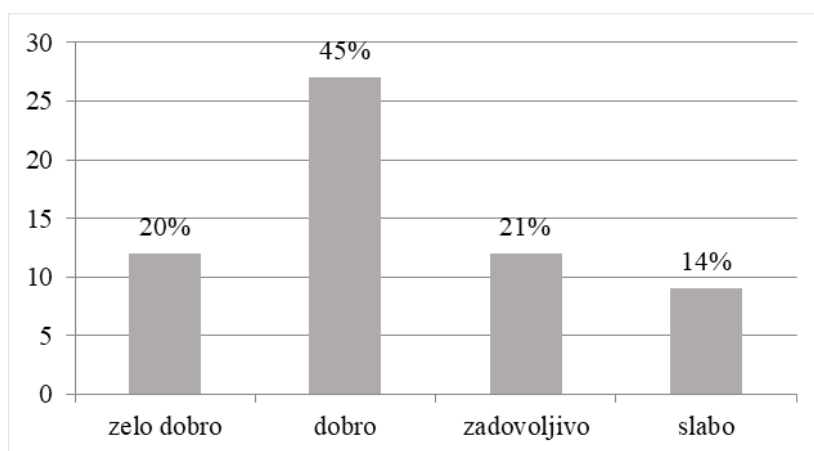


Slika 7: Spodbuda lokalnih prebivalcev k večji skrbi za urejenost kraja in okolja ter izboljšanje kakovosti njihovega bivanja

S Slike 7 je razvidno, da se skoraj dve tretjini vprašanih zaveda pomena turizma v svoji regiji, četrtnina pa samo delno. Prebivalci Velenja so bili že od nastanka mesta kontinuirano spodbujani k skrbi za čistost svojih domov, za urejenost parkov in zelenic, za urejenost balkonov in številnih cvetličnih nasadov. Bili so ponosni na svoje lepo vzdrževano mesto in so ga turistom tudi vedno radi razkazovali.

- Ocenite delo lokalnih turističnih organizacij in njihovega managementa v Šaleški dolini.

Delo lokalnih turističnih organizacij in odločevalcev v turizmu je tesno povezano z uspehi ali neuspehi turističnega razvoja, pri čemer ima management osrednjo vlogo.

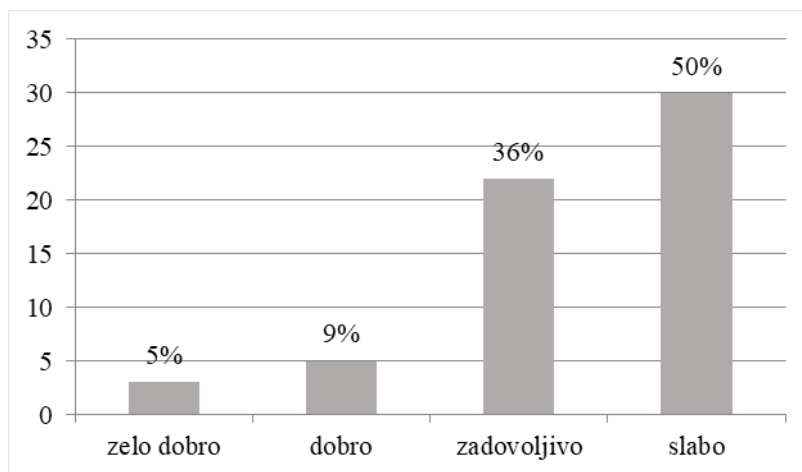


Slika 8: Delo lokalnih turističnih organizacij in njihovega managementa v Šaleški dolini

Dve tretjini vprašanih je dobro seznanjena z delom lokalnih turističnih odločevalcev, četrtnina pa zadovoljivo, nekoliko manj poznajo njihov management. Udeleženci ankete so se v odgovorih osredotočili predvsem na javne in civilne turistične organizacije, manj pa na gostinska in ostala turistična podjetja. Vprašani so večinsko pozitivno ocenili delo Turistične zveze kot krovne organizacije ter delo turističnih društev v mestnih in krajevnih skupnostih, njihovo delo in programe tudi kar dobro poznajo. Pozitivno ocenjujejo tudi delo nekaterih zavodov, ki se ukvarjajo s turizmom, med njimi zlasti delo Javnega zavoda Festival Velenje in novoustanovljenega Zavoda za turizem Šaleške doline. Od tega pričakujejo napore za večji razmah šaleškega turizma, predvsem na račun boljšega organiziranja doslej nepovezanih in neuskkljenih turističnih organizacij in odločevalcev.

- So prebivalci Šaleške doline dovolj vključeni v kreiranje razvojnih turističnih projektov svoje regije?

Uspešen razvoj turizma v določenem kraju je soodvisen od dobrega sodelovanja vseh deležnikov v turizmu.

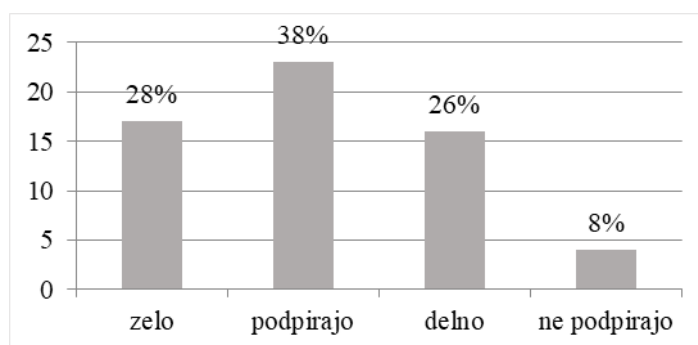


Slika 9: Vključenost prebivalcev v kreiranje razvojnih turističnih projektov Šaleške doline

Polovica vprašanih je odgovorila, da niso bili vključeni v postopke priprav in sprejema turističnih strategij Šaleške doline, tretjina pa je z vključenostjo le delno zadovoljnih. Pri tem gre za projekte, ki jih sprejemajo občine ali regija SAŠA. Mnogo bolj pa so v te programe prebivalci vključeni v okviru turističnih društev krajevnih in vaških skupnosti. Programi teh so običajno bolj konkretni in tudi lažje razumljivi. Strategijski projekti se sprejemajo po razgrnitvenih in zato daljših postopkih ter so od prebivalcev odmaknjeni, razen ko gre za projekte, ki so za posameznike posebej pomembni.

– Kakšna je podpora občin in podjetij ŠD razvoju turizma v regiji?

Podpora turizmu vseh subjektov določenega okolja je velikega pomena za njegov razvoj. Pri tem je še posebej pomembna podpora občin in zasebnih turističnih podjetij, saj se preko teh sprejemajo osnovni turistični načrti, vključno z njihovim financiranjem.



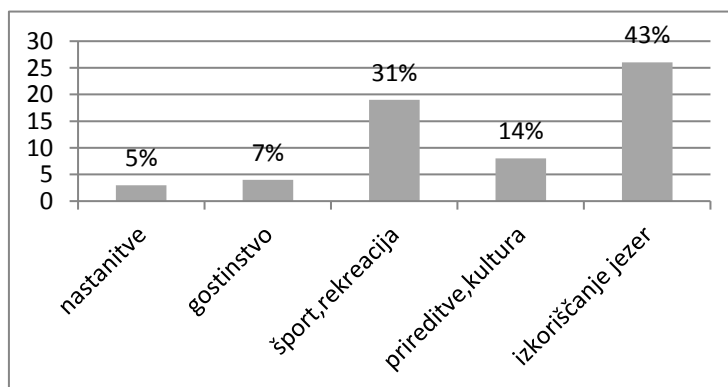
Slika 10: Podpora občin in podjetij ŠD razvoju turizma v regiji

Dve tretjini vprašanih meni, da občine Velenje, Šoštanj in Šmartno ob Paki podpirajo ali zelo podpirajo razvoj turizma ŠD, četrtnina pa ocenjuje podporo kot delno. Taka ocena temelji na veliki skrbi vseh treh občin, še posebej mestne občine Velenje, ki jo namenjajo turizmu in se

kaže skozi načrtovanje, financiranje in uresničevanje številnih programov, ki so neposredno ali posredno vezani na turizem. Te dejavnosti vključujejo: skrb za čistočo in urejenost mest, komunalo, infrastrukturo, vzdrževanje prometnih poti. Izgradnjo in vzdrževanje objektov za kulturo, šport in rekreacijo, skrb za ohranjanje naravne in kulturne dediščine, aktivnosti v zvezi rekultivizacijo zaradi odkopa premoga degradiranih površin in njihovo uporabo v turistične namene ter zagotavljanje sredstev za financiranje izgradnje novih turističnih objektov in produktov. Mesto Velenje je dobitnik številnih priznanj s tekmovanj za lepo urejenost mesta, dobilo je tudi posebno mednarodno priznanje za ureditev Promenade, ki je bila zgrajena tudi z deležem evropskih sredstev, enako tudi Velenjska plaža. Tudi podjetja v dolini so naklonjena razvoju turizma. Termoelektrarna Šoštanj pomaga pri urejevanju mesta Šoštanj in okolice, enako tudi Rudnik Velenje, Gorenje Velenje pa se predvsem preko svoje hčerinske družbe Gostinstvo aktivno vključuje v razvoj turizma Šaleške doline. Ta družba je tudi soustanovitelj Zavoda za turizem Šaleške doline in tako tudi močno vpeta v kreiranje in izvedbo večine turističnih programov.

- Razvoju katere turistične zvrsti bi morali v prihodnje v Šaleški dolini nameniti največ skrbi?

Večinska podpora določenemu turističnemu produktu je kazalnik smeri prihodnje naravnosti razvoja turizma v kraju in pomaga odločevalcem pri odločitvah za naložbe v turizem.



Slika 11: Razvoju katere turistične zvrsti bi morali v prihodnje v Šaleški dolini nameniti več skrbi

Pri vprašanju o prihodnjem razvoju turizma Šaleške doline so anketiranci na prvo mesto (43 %) uvrstili dejavnosti ob in na velenjskih jezerih. Zanje so te dejavnosti največji turistični potencial, ki lahko Šaleški dolini zagotovi prepoznavnost ne samo znotraj, temveč tudi zunaj države in odločilno prispevajo h gospodarskemu napredku doline. Za to območje so predvidena nekatera večja investicijska vlaganja, v katerih bodo sodelovali tako lokalna kot Evropska skupnost. Tretjina anketirancev meni, da bi morali v Šaleški dolini dati prednost športu in rekreaciji in v ta namen investirati v novo športno dvorano, nove rekreativne objekte in obnovo obstoječih. Manjši delež anketirancev vidi turistično prihodnost v investiranju in dograjevanju gostinskih objektov in kulinarike, približno enak delež pa tudi v dodatnih nastanitvenih

objektih. Preseneča tudi relativno majhen odstotek tistih, ki si v prihodnje želijo več kulturnih prireditev.

– Kaj predstavlja največjo oviro za hitrejši razvoj turizma Šaleške doline?

Prepoznavna glavnih ovir pri določenem razvoju pomeni tudi prispevek k lažjemu odločanju za sprejem ukrepov za zmanjšanje ali odpravo teh ovir.

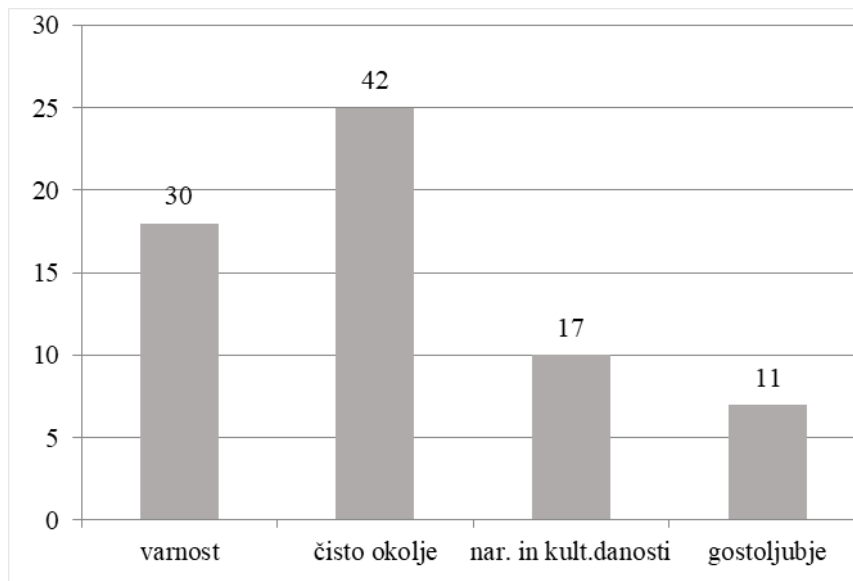


Slika 12: Ovire za hitrejši razvoj turizma Šaleške doline

V anketi kar 45 % vprašanih navaja, da so za prihodni razvoj turizma v Šaleški dolini najbolj moteče slabe prometne povezave. Šaleška dolina je praktično infrastrukturno odrezana od ostalega dela države. Obstoječe cestne povezave so zastarele in slabe, hitrih cest ni, slaba je tudi železniška povezava, saj je možno z železnico potovati iz Šaleške doline le proti Celju. Rešitev je čimprej izgradnja tretje razvojne osi, ki bo Šaleško dolino z avtocesto na eni strani povezala s Koroško in naprej v Avstrijo ter druge države Evrope, na drugi strani pa omogočila tudi hitro povezavo na avtocestnem križu Slovenije. S tem bo omogočena tudi hitrejša povezava do letališč. Tretjina vprašanih meni, da je Šaleška dolina premalo prepoznavna zunaj regije. Skrb za boljšo prepoznavnost doline bo v prihodnje ena glavnih skrbi turističnih organizacij in managementa v turizmu. Pri tem se bo treba opreti na sodobne oblike oglaševanja in marketinga. 15 % sodelujočih v anketi opozarja na nepovezanost in premajhno sodelovanje turističnih organizacij v regiji. Skladno s sprejeto strategijo turizma Šaleške doline do leta 2021, bo treba zagotoviti novo organiziranost turističnih subjektov v destinaciji in tudi poskrbeti za kakovosten ter strokovni management. Razvoju turizma ovira tudi obstoječa industrija Šaleške doline. Mit o nekoč umazani, geografsko degradirani in okoljsko problematični dolini je še marsikje aktualen, zato bo treba za ustrezno prepoznavnost vložiti še kar nekaj truda.

– Kateri bi lahko bili ključni dejavniki razvoja turizma Šaleške doline v prihodnje?

Za turizem so ključni nekateri temeljni dejavniki, ki podpirajo in bodo tudi v prihodnje podpirali njegov razvoj in tako omogočali kraju ekonomsko rast, prebivalcem pa boljšo kakovost življenja.



Slika 13: Dejavniki razvoja turizma Šaleške doline v prihodnje

Udeleženci so v anketi večinsko odločili, da predstavlja ključni dejavnik razvoja turizma Šaleške doline neokrnjena narava in čisto okolje. Zavzemanje za trajnostni zeleni razvoj destinacije je prednostna naloga. Visok odstotek (30 %) anketiranci namenjajo varnosti kot ključnemu dejavniku, zaradi katerega bo Šaleška dolina tudi v prihodnje dovolj privlačna, da se bodo tako domači kot tuji turisti odločali za obisk tega kraja, v njem uživali in se počutili varne. 17 % sodelujočih v anketi meni, da ima Šaleška dolina veliko naravnih in kulturnih danosti, ki bodo privabljele turiste tudi v prihodnje, treba pa je te danosti ohranjati in jih vključevati v vse marketinške ter promocijske turistične aktivnosti. Po mnenju dela anketirancev (11 %) je prednost razvoja turizma Šaleške doline tudi tradicionalno gostoljubje domačinov, ki se dobro zavedajo dobrobiti, ki jim jih turizem prinaša in bogati njihovo življenjsko okolje.

5.4 Odgovori na raziskovalna vprašanja

Na zastavljena vprašanja v nalogi smo odgovorili na osnovi analize anketnih odgovorov, ki smo jih povezali z analizo obstoječe turistične ponudbe in tako ugotovili, kako in v katero smer razvijati turizem Šaleške doline, da bo ta postal nosilec in pomemben generator družbenega in ekonomskega razvoja regije.

5.4.1 RVI: Koliko in v kakšni meri so anketiranci seznanjeni s strateškimi in razvojnimi turističnimi načrti Šaleške doline?

Razvoj turizma v Šaleški dolini temelji na Strategiji razvoja in trženja turizma v Mestni občini Velenje 2017–2021, ki jo je sprejela občina Velenje leta 2017. Ta podrobno opredeljuje vizijo in cilje turizma v Velenju in Šaleški dolini za navedeno obdobje. Poleg tega pa program upošteva tudi Smernice trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021. V raziskovalni nalogi

smo želeli ugotoviti, kako in v kolikšni meri prebivalci Šaleške doline poznajo te načrte. Iz anketnih odgovorov (Slika 1) ugotavljamo, da prebivalci Šaleške doline niso najboljše seznanjeni s programi in strategijami svojih turističnih organizacij, saj je le tretjina takih, ki programe dobro ali zelo dobro pozna, ostali pa programov sploh ne poznajo, oziroma so z njimi le delno seznanjeni. Tisti, ki delno poznajo turistične načrte, so največkrat med programi omenili predvideno izgradnjo velikega prireditvenega odra ob velenjskem jezeru, izgradnjo hotela na jezeru, potencialno gradnjo posebnih apartmajev ob jezeru, obnovo Šaleškega gradu, izgradnjo kolesarskih stez skozi Hudo luknjo do Mislinje in proti Dobrni.

5.4.2 RV2: Kakšna je turistična ponudba Šaleške doline po pestrosti in obsegu?

V zgodovini Šaleške doline ima turizem posebno obeležje. Ta dolina se je po 60. letu preteklega stoletja razvila v močno industrijsko središče, ki pa je bilo zaradi rudarjenja in velikega onesnaževanja TEŠ zaznamovano kot mračno, umazano, pokrajinsko degradirano in okoljsko problematično. Na drugi strani pa je v istem obdobju na tem prostoru nastajalo novo, moderno mesto s številnimi stolpniciami, objekti družbenega standarda, zelenicami in parki, ki so privabljali številne obiskovalce iz drugih krajev države in s tem že takrat omogočale razmah turizma, katerega ponudba se je z leti dograjevala in bogatila.

Mnenje prebivalcev Šaleške doline o obstoječi turistični ponudbi je razvidno s Slike 2. Skoraj dve tretjini vseh udeležencev v anketi ocenjuje, da je turistična ponudba v Šaleški dolini dobra, pestra in bogata, za četrtno pa še zadovoljiva. Večina torej dobro pozna glavne turistične produkte Šaleške doline, med njimi na vodilno mesto postavljajo Pikin festival, Rudarski muzej, Muzej na velenjskem gradu, Velenjsko plažo, mladinski festival Kunigunda in Skok čez kožo.

5.4.3 RV3: Kako je turistični management ŠD nivojsko in krovno organiziran ter medsebojno povezan?

Dve tretjini vprašanih je dobro seznanjena z delom lokalnih turističnih odločevalcev, četrtna pa zadovoljivo, saj nekoliko manj poznajo njihov management. Udeleženci ankete so se v odgovorih osredotočili predvsem na javne in civilne turistične organizacije, manj pa na gostinska in ostala turistična podjetja. Vprašani so večinsko pozitivno ocenili delo Turistične zveze kot krovne organizacije ter delo turističnih društev v mestnih in krajevnih skupnostih, njihovo delo in programe tudi kar dobro poznajo. Pozitivno ocenjujejo tudi delo nekaterih zavodov, ki se ukvarjajo s turizmom, med njimi zlasti delo Javnega zavoda Festival Velenje in novoustanovljenega Zavoda za turizem Šaleške doline. Od tega pričakujejo napore za večji razmah šaleškega turizma, predvsem na račun boljšega organiziranja doslej dokaj nepovezanih in neuskkljenih turističnih organizacij in odločevalcev, oblikovanje integralnega turističnega

produkta destinacije, večjo skrb za promocijo ter prepoznavnost turistične destinacije, bolj učinkovito trženje, pripravo in spremljanje uresničevanja strateških načrtov.

5.4.4 RV4: Kako anketiranci prepoznajajo in podpirajo razvoj turizma v Šaleški dolini?

Prebivalci Šaleške doline imajo bogate izkušnje s turizmom. Skupaj z rastjo mesta Velenje je rasla tudi njihova kultura bivanja, ohranjanja narave, spoštovanja zgodovinske dediščine in prosvetlenski način življenja. Velenje je edino mesto v državi, ki so ga v veliki meri prebivalci gradili s prostovoljnim delom. Tako so bili zgrajeni številni parki, športni in kulturni objekti, regulacije potokov in rek, šolski objekti in drugo. Že leta 1959 je bil zgrajen nov kulturni dom, v katerem so bile rudarjem in ostalim prebivalcem na voljo številne gledališke in druge predstave, ob njem je bil zgrajen tudi Delavski klub, v katerem so se v prostem času družili prebivalci mesta, tu so bile tudi številne tematske prireditve, slikarske in kiparske razstave. V neposredni bližini je bila istega leta zgrajena tudi delavska univerza, v njej so se po delu dodatno izobraževali številni delavci in tako pridobili poklicne kvalifikacije. Novo nastajajoče mesto je torej diktiralo novo kulturo življenja in obnašanja prebivalcev. Tak odnos se je odrazil tudi do turizma.

Kako danes prebivalci ŠD prepoznajajo in podpirajo razvoj turizma in kako sodelujejo pri kreiranju razvojnih turističnih programov, je razvidno s Slike 5. Ta ponazarja predvsem njihovo vključenost pri sprejemanju turističnih programov doline, ne odraža pa njihovega splošnega odnosa do turizma. Polovica vprašanih je odgovorila, da niso bili vključeni v postopke priprav in sprejema turističnih strategij Šaleške doline, tretjina pa je z vključenostjo le delno zadovoljnih. Pri tem gre predvsem za temeljne projekte. Mnogo bolj so v posamezne programe prebivalci vključeni v okviru turističnih društev krajevnih in vaških skupnosti. Programi teh so običajno bolj konkretni in tudi lažje razumljivi.

5.4.5 RV5: Kako turistični ponudniki skrbijo za čistost okolja in urejenost svojih mest?

S Slike 3 je razvidno, da se skoraj dve tretjini vprašanih zaveda pomena turizma v svoji regiji, četrtnina pa le delno. Razlog, da je tako visok delež odgovorov pozitivnih, bi lahko bil v zgodovinskem razvoju mesta Velenje, ker so oblastniki prebivalce že od nastanka mesta nenehno opozarjali na skrb za čisto okolico njihovih bivališč in za urejenost balkonov, parkov ter cvetličnih nasadov. Zaradi novega in sodobno grajenega mesta ter številnih objektov družbenega standarda je bilo Velenje že od nastanka privlačen kraj za številne domače in tuje obiskovalce, kar je vplivalo tako na skrb domačinov kot turističnih organizacij za urejenost mesta in na njihovo bivalno kulturo ter življenjski standard.

5.4.6 RV6: Na katerih turističnih dejavnostih bo temeljil prihodnji razvoj turizma v ŠD?

S Slike 7 razberemo, da so po mnenju prebivalcev za razvoj turizma v Šaleški dolini največji potencial Šaleška jezera. Turistični odločevalci bi morali zato največ skrbi nameniti nadaljnjemu razvoju vodnih in obvodnih dejavnosti, nadgraditi ponudbo velenjske plaže in poskrbeti za produkte, ki bodo obstoječo ponudbo še popestrili. V okviru tega bo velika pridobitev izgradnja odra ob obali, ki bo omogočal številne prireditve čez vse leto, zaradi česar se bo sezona ob jezeru bistveno podaljšala. Pridobitev bo tudi izgradnja vodnega hotela ali drugih nočitvenih kapacitet, sem bi sodili še novi objekti za rekreacijo ter sproščanje in podobno. Velik potencial je tudi športna dejavnost, v kateri ima Šaleška dolina bogato tradicijo, saj nekateri športni klubi že dolgo uspešno tekmujejo v državnih in evropskih tekmovanjih. Za nadaljnji razvoj pa bo treba obnoviti infrastrukturo in posodobiti številne športne objekte. Sodelujoči v anketi so v veliki meri nakazovali potrebo po novi športni dvorani. V turističnih razvojnih programih je treba dati poudarek tudi organizaciji športnih, kulturnih, zabavnih in drugih prireditev. Šaleška dolina ima z organizacijo prireditev že doslej veliko izkušenj, nekatere od njih so tudi že tradicionalne. Prihodnji turistični razvoj doline bo v veliki meri temeljil tudi na dobri gostinski ponudbi. V ta namen bo treba izboljšati kulinariko, nadgraditi obstoječo ponudbo s kakovostnejšimi produkti in jim dodati kulinarčne značilnosti destinacije. Skrb je treba nameniti izgradnji dodatnih nastanitvenih zmogljivosti, predvsem pa poskrbeti za višji bivalni standard in visokonivojsko razširiti to ponudbo ter jo obogatiti. Prav tako bo treba več skrbi nameniti storitvam dobrega počutja in izgradnji objektov za ohranjanje zdravja. Pri tem bi lahko aktualizirali ideje o izgradnji vročevodne povezave med Topolšico in Velenjem. S to izgradnjo bi razvoj turizma v ŠD dobil popolnoma nove dimenzije.

6 PREDLOGI UKREPOV ZA RAZVOJ IN VEČJO PREPOZNAVANOST TURIZMA V ŠALEŠKI DOLINI

Šaleška dolina je pomemben energetski bazen, saj s svojo proizvedeno električno energijo pokriva več kot tretjino vseh slovenskih potreb. Pomembna pa je tudi zaradi številnih drugih dejavnosti, med katerimi ima vidno mesto tudi turizem. Ta je rasel in se razvijal skupaj z novonastalim mestom Velenje. Ob ugodni geografski legi, razgibani zeleni pokrajini, ugodnem podnebju, bogati kulturni dediščini se je z razvojem mesta bogatila tudi turistična ponudba, podprta z ustrezno infrastrukturo, novimi objekti in novimi vsebinami. Turizem Šaleške doline ima tako zgodovinsko tradicijo, pa tudi številne potenciale za nadaljnji razvoj. V projektni nalogi smo te možnosti raziskali in turističnim načrtovalcem ponudili nekatere ugotovitve, ki so jim lahko v pomoč pri prihodnjih projektih za še hitrejši in bolj kakovosten turistični razvoj Šaleške regije.

– vključenost prebivalcev ŠD v razvoj turizma

Prebivalci ŠD niso dovolj vključeni v priprave in sprejem strateških in razvojnih turističnih programov. Z nekaterimi večjimi in za dolino pomembnimi turističnimi načrti so sicer seznanjeni, največkrat iz medijev, niso pa vključeni v nastajanje in kreiranje teh dokumentov. Pripravljalci dokumentov sicer nagovarjajo javnost na različne načine, od spleta, družabnih omrežij, tematskih delavnic, debatnih klubov, spletnih in drugih anket, vendar vse to ne zadošča, zato bo treba iskati nove oblike obveščanja in poti, po kateri bodo občani imeli več neposrednih možnosti predlaganja in tudi spremljanja upoštevanja njihovih predlogov. Prebivalci so bolj seznanjeni s programi Turistične zveze in društev, ki so bolj konkretni in so jim zato tudi bližji.

– turistični management

V javnem sektorju so za turizem Šaleške doline poleg občin zadolženi še: Javni zavod Festival Velenje, javni zavod Rdeča dvorana ter javni Zavod za turizem Šaleške doline. Prvi je zadolžen za organizacijo kulturnih, športnih, zabavnih, festivalskih in drugih prireditev: od načrtovanja, promocije, marketinga do izvedbe. Javni zavod Rdeča dvorana samostojno in v svojem imenu organizira športne in v nekoliko manjši meri kulturno zabavne prireditve. Delo zavodov medsebojno ni koordinirano in usklajeno. Tako se ne koristijo prednosti skupnega oglaševanja, marketinga in drugih sinergij, kar bi njihovo dejavnost pocenilo in vplivalo na kakovost. Tudi zaradi potreb po večjem sodelovanju in koordinaciji dela turističnih akterjev je bil ustanovljen Zavod za turizem Šaleške doline, ki je prevzel naloge bivšega TIC-a in ima med dodatnimi pristojnostmi opredeljeno še načrtovanje in skrb za izvedbo turističnih projektov, oblikovanje in trženje celovite turistične ponudbe, spodbujanje razvoja celovitih turističnih proizvodov, sodelovanje in usklajevanje aktivnosti turističnih ponudnikov ter drugo. Z izvajanjem teh pristojnosti bo tudi koordinacija med nosilci turističnih aktivnosti mnogo večja, tako v javnem kot zasebnem in civilnem sektorju. Odgovornost za uresničitev potrebnega sodelovanja in

organiziranosti pa morajo poleg osnovnega nosilca prevzeti tudi ustanovitelji javnega Zavoda. Zavod za turizem Šaleške doline bi moral nujno ustanoviti tudi incomming agencijo in preko nje skrbeti za večji obisk gostov kot tudi za oblikovanje in trženje turističnih produktov v destinaciji.

– kulturna dediščina

Kulturna dediščina je pomemben segment turistične ponudbe. Sem spadajo tudi gradovi. Teh je v Šaleški dolini več kot 20. Najpomembnejši je Velenjski grad. Tu je 11 muzejskih zbirk, okostje mastadonta in nekaj likovnih zbirk. Na gradu čez vse leto organizirajo tudi številne kulturne in glasbene dogodke. Obisk šaleških gradov je mogoče opraviti v okviru tematsko vodene poti »Pozonova pot«. Obiskovalcev velenjskega gradu bi bilo še več, če bi grad imel ugodnejši dostop. Do gradu je mogoče priti le peš, kar pa je za gibalno ovirane in starejše obiskovalce velika težava. Rešitev bi lahko bila, da bi pot na grad delno vključili v lokalni promet in nekajkrat dnevno dovolili manjšim avtobusom prevoz do gradu. Še boljša možnost bi bila izgradnja vzpenjače ali pa celo dvigala iz podnožja starega mestnega jedra. Šaleški grad je samo še obzidje. Glede na markantno lego, starost in bogato zgodovino, bi ga nujno morali obnoviti in uvrstiti v turistično ponudbo. Uporabljati bi ga bilo mogoče tudi za razgledni stolp po Šaleški dolini. Tudi ostali gradovi v dolini so potrebni vzdrževanja in obnove. Z ustrežno vsebino bi jih lahko vključili v celovit turistični proizvod. Prav tako bi lahko nekaj teh gradov vključili v ponudbo »Cesta gradov«, ki vključuje več kot 30 gradov spodnje Avstrije, severne Slovenije in Prekmurja. To ponudbo Avstrija oglašča v največjih evropskih oglaševalskih medijih, zato je za turiste vedno bolj zanimiva.

– šport in rekreacija

Šaleška dolina ima dobre možnosti športne in rekreacijske dejavnosti. Za te namene lahko prebivalci koristijo Rdečo dvorano, mestni stadion, tenis center z Belo dvorano, vadbišče za golf, smučarske skakalnice in tudi šolske telovadnice v prostih terminih. Objekti so na voljo tako za tekmovalne kot v rekreativne namene. Je pa zaradi naraščajočih športnih potreb Rdeča dvorana manj uporabna za organizacijo drugih kulturnih in zabavnih prireditev, čemur je bila prvotno namenjena. Enako je tudi z Belo dvorano, ki služi le tenisu, čeprav je bila na začetku namenjena tudi drugim dejavnostim. Iz teh razlogov ne preseneča, da se veliko število prebivalcev Šaleške doline zavzema za izgradnjo nove športne dvorane, ki bi zadostila zahtevam sodobnih športnih pogojev in tako omogočila obstoječima dvoranama prvotno več namenskost. V novi dvorani naj bi bilo tudi umetno drsališče. Od prepoznavnih športov si prebivalci želijo oživitev dejavnosti Atletskega kluba in smučarskih skakalnic, s katerimi bi lahko dosegli večji turistični obisk regije.

Za rekreacijo so občanom na voljo kolesarske steze, tekaške proge, sprehajalne poti, fitnes v naravi, igrišča za različne športe. Domačini se zavzemajo za izgradnjo kolesarskih stez proti

Koroški, proti Savinjski dolini in proti Dobrni. Glede na dobre geografske in druge pogoje Šaleške doline bi te lahko izkoristili tudi za izgradnjo dodatnih tematskih poti.

– prireditve

Najbolj prepoznavna prireditev je tradicionalni Pikin festival, katerega vsako leto obišče okrog 100 000 obiskovalcev. Da bi obiskanost razširili na daljše obdobje, bi morali festivalu dodati nove vsebine. V tej smeri predlagajo občani izgradnjo in odprtje Pikine domačije, locirane nekje v Sončnem parku in odprte vse dni v letu. Prireditev Skok čez kožo bi morali vključiti v nov produkt, ki bi celoviteje ponazarjal rudarsko dediščino kraja, vanj pa bi bil vključen tudi Rudarski muzej. Obnoviti bi morali tudi nekatere prireditve, ki so v preteklosti bile dobro obiskane in tudi že tradicionalne. Med take sodijo: noč ob jezeru, skok v poletje, parada humorja, naj kelnarca, maškarada, Marjanca. Prazne in neuporabne objekte bivše rudniške klasirnice bi lahko uporabili za organiziranje adrenalinskih dejavnosti ali učinkov presenečenja. Velika pridobitev bo tudi prireditveni oder ob Velenjskem jezeru. Tu bo po zgledu nekaterih prireditev v tujini (open air) možno organizirati tudi najzahtevnejše kulturne, zabavne, glasbene in druge prireditve za 30 000 gledalcev. Prebivalci Šaleške doline izgradnjo zelo podpirajo. Za turizem je osmišljen tudi produkt« Doživetje socializma«, ki na avtentičen in zabaven način ponazarja vsakodnevno življenje v času socializma v Velenju.

– šaleška jezera

Šaleška jezera predstavljajo osnovo za prihodnji razvoj turizma Šaleške doline. Velenjska plaža že sedaj nudi številne možnosti obvodnih in vodnih dejavnosti. Te pa bo treba v prihodnje še nadgraditi z novimi vsebinami za vse strukture obiskovalcev. S temi vsebinami bi interesno animirali obiskovalce, da bi poleg sončenja in kopanja preživeli dan ob jezeru čim bolj aktivno. Poleg tega bo treba poskrbeti tudi za večje udobje z ureditvijo prostorov za sončenje in ponuditi gostom v izposojno in uporabo sodobnejšo kopalniško opremo od senčnikov, ležalnikov, torb za hlajenje do koriščenja najrazličnejših uslug. Ob tem pa bo nujno te storitve ovrednotiti in jih koristnikom zaračunati. Treba bo ustrezno urediti parkirišča in parkiranje tudi zaračunavati. Škalsko jezero bi lahko še v večji meri koristili za različne ribiške prireditve in tekmovanja.

Šaleška jezera morajo postati izhodišče in povezovalna točka vseh aktivnih turističnih programov doline.

– nastanitve in kulinarika

V Šaleški dolini je večina nastanitvenih kapacitet v občini Velenje. Kapacitete Term Topolšica v Projektni nalogi niso upoštevane, ker so statistično obravnavane posebej. Konec leta 2015 je Velenje imelo 239 sob in 718 ležišč, od tega je bilo 430 ležišč v avtokampu Jezero. Ob upoštevanju poprečnega letnega povpraševanja po nočitvah bi obstoječa ponudba sicer zadostovala, težave pa so zaradi neenakomernih sezonskih povpraševanj. Bolj kot število ležišč

je glede nastanitvev problem v kakovosti sob in ustrezne bivalne ravni. Z uresničevanjem strategij turističnega razvoja do leta 2021 Velenje nujno potrebuje dodatne nastanitvene objekte višjega kakovostnega ranga, s katerimi bo zadovoljilo tudi zahtevnejše goste. Pri načrtovani izgradnji hotela na vodi ob Velenjskem jezeru in načrtovani izgradnji apartmajev bodo investitorji ta vidik morali upoštevati.

V Velenju in Šoštanju je več kot 60 gostinskih objektov, ki imajo v ponudbo vključeno tudi hrano, vendar ti delujejo nepovezano in v njihovi ponudbi je premalo krajevno prepoznavnih in avtentičnih jedi. Veliko gostinskih obratov prilagaja ponudbo le prehrani delavcem na delu in manj turistom. Kulinarika postaja v turizmu vedno pomembnejši element pri izbiri turistične destinacije in tudi odločilno vpliva na turistovo mnenje in počutje. Vse bolj so iskana avtentična doživetja, katerih sestavni del je tudi izvirna in krajevno podprta kulinarika. Tako kot vsak kraj premore tudi Šaleška dolina številne jedi, ki jo identificirajo in te jedi bi bilo treba skrbno poiskati ter jih celostno predstaviti, povezati v skupni turistični proizvod destinacije. Avtentične jedi bi morali turistom predstaviti z zgodbo, v kateri dobi gost vse podatke o izvoru sestavin, načinu predelave, rasnih pogojih, transportu in postopku priprave. V vrhu te zgodbe pa je prepoznavna kuharska ekipa na čelu s šefom kuhinje. S takim načinom dela in odnosom do kulinarike bo lažje priti do večje prepoznavnosti ponudnikov gostinskih storitev in boljše obiskanosti gostinskih objektov. Težiti je treba k vrhunskosti in s tem ustvariti pogoje tudi za morebitni vpis v renomirane kulinarične kataloge. Ob tem je treba poskrbeti še za višjo kakovostno raven celotne gostinske ponudbe, od urejenosti lokalov, primerne inventarja in opreme do ustreznih kadrov. Tu bo potreben temeljit razmislek o primernosti sedanjih sistemov izobraževanja kot tudi nagrajevanja v gostinstvu in celotnem turizmu.

– infrastruktura

Infrastrukturno sta mesti Velenje in Šoštanj zgledno urejeni. Dostopi do turističnih in ostalih objektov so neovirani. V lokalnem prometu imajo občani na voljo avtobuse, ta prevoz je v Velenju celo brezplačen, na voljo pa je tudi brezplačna izposoja koles v sistemu City Bike. Promet je urejen z ustreznimi označbami, v Velenju pa je otežen zaradi velikega števila težjih motornih vozil skozi mestno jedro. Povezava Šaleške doline navzven je slaba. Ceste proti Celju, Slovenj Gradcu in Šmartnem ob Paki so preobremenjene in dotrajane, tudi železniška povezava je slaba in omogoča tranzit le preko Celja. Šaleška dolina je tako skoraj odrezana od glavne turistične osi v Sloveniji, kar ima svoj vpliv na obiskanost. Zaradi tega je izgradnja hitre ceste v okviru tretje razvojne osi za to regijo nujna. Z njeno izgradnjo bo dolina povezana na severu s Koroško in Avstrijo, na jugu na avtocestni križ Slovenije. Turizmu Šaleške doline se bodo s tem odprla vrata v svet.

7 SKLEP

Šaleška dolina postaja vedno bolj prepoznavna na turističnem zemljevidu. Slogan »mesto priložnosti«, ki velja za Velenje, je aktualen tudi za celotno dolino. Mit o temačni, zakajeni in od rudarjenja degradirani pokrajini je že zatonil v pozabo. Danes se Šaleška dolina kaže kot sveža, zelena in okolju prijazna pokrajina, ki z reguliranimi izpusti v Termoelektrarni, sanacijo rudniških udornin in številnimi poslovnimi priložnostmi, temelječimi na uporabi sodobnih znanj in visoke tehnologije, postaja vse bolj všečna in mamljiva. Ponuja mnogotere izzive na vseh področjih, med njimi tudi v turizmu, kar so v veliki meri zaznali tudi turistični odločevalci v dolini. Njihovi programi, smeli in velikokrat vizionarski, vedno bolj temeljijo na številnih prepoznanih turističnih potencialih. Z uresničevanjem teh programov ima in bo imela Šaleška dolina možnosti za še hitrejši razvoj, postala pa bo tudi vodilna turistična destinacija v svoji makro regiji, kar je predvideno tudi v strategiji razvoja slovenskega turizma do leta 2021. Rast turizma v Šaleški dolini bo temeljila na pozitivnih izkušnjah sedanje turistične ponudbe in na izkoriščanju zaznanih turističnih potencialov, ob ustrezni organiziranosti celotne dejavnosti ter učinkovitem in strokovnem managementu. Krovno vlogo v tej organiziranosti mora prevzeti Zavod za turizem Šaleške doline, ki ima naloge koordinatorja in sprejema strateške odločitve, operativne naloge pa opravljajo izvajalci turistične dejavnosti v javni, zasebni in civilni sferi. Turistična destinacija Šaleška dolina mora oblikovati enega ali več krovnih produktov. V tej smeri nakazuje obstoječa in načrtovana turistična ponudba možnost organiziranja treh centralnih produktov: športno rekreativni, kulturni in tehnološko industrijski. Nosilec športno rekreativnega produkta je lahko Velenjska plaža oziroma novonastalo vodno mesto, nosilec kulturnega produkta Pikin festival, nosilec tehnološko industrijskega produkta pa Muzej premogovništva. Sedanji turistični produkti se vsebinsko povežejo v te krovne produkte, za katere se izdelajo poenotene promocijske, tržne in ostale aktivnosti. Ob uresničevanju zavez iz sprejetih strategij razvoja turizma do 2021 in upoštevanju ugotovitev iz naše projektne naloge, ima Šaleška dolina realne možnosti postati vabljiva in iskana turistična destinacija, ki bo v ta prostor prinesla tudi številne dobrobiti.

LITERATURA

- Alič, Andreja in Helena Cvikel. 2011. *Uvod v turizem in destinacijski management*. Ljubljana: Zavod IRC.
- Bieger, Thomas. 2000. Strategic Competitiveness of Destinations –The Contribution of Culture Management. V *Tourism and Culture managing Change, Reports of the 50th AIEST Congress, Hangzhou*, ur. P. Keller in T. Bieger, 42, 243–253. St. Gallen.
- Brezovec, Aleksandra. 2004. Destinacijski menedžment – celovito upravljanje turizma v kraju, spet »samo« branding ali še huje. *Turizem VIII* (71): 2–4.
- Brišnik, Danijela. 1999. *Razprave o zgodovini mesta in okolice*. Velenje: Mestna občina Velenje.
- Cicvarić, Ante. 1990. *Ekonomika turizma*. Samobor: Zagreb.
- Curk Repič, Anja. 2019. *Turizem 4.0 največji raziskovalno razvojni projekt v zgodovini Slovenije*. <https://upbudi.upr.si/si/akadema/turizem-40-najvecji-raziskovalno-razvojni-projekt-v-zgodovini-slovenije-na-temo-turizma-evropski-od> (25. 6. 2019).
- Hunzinker, Walter in Kurt Krapf. 1942. *Grundniss der allgemeinen Fremdensferkehrslehre*, Zürich: Polygrafischer Verlag.
- Inskeep, Edvard. 1991. *Tourism Planning – An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kaspar, Claude. 1996. *Die Tourismuslehre im Grundniss*. Bern: Paul Haupt.
- Keller, Peter. 1998. Destinationsmarketing: Strategische Fragestellungen. V: *Reports of 48th Congress. St-Gall: AIEST, 40*, str. 39–52.
- Konečnik, Maja. 2003. Opredelitev, vrste in kooperativne funkcije turistične ponudbe destinacije. *Organizacija* 36 (5): 320–326.
- Kralj, Janko. 2003. *Management: temelji managementa, odločanje in ostale naloge managementa*. Koper: Visoka šola za management.
- Littre, Emile. 1889. *Dictionnaire de la Langue Francaise*. Paris: Lexilogos.
- Lebe, Sonja. 2009. *Kulturna dediščina in lokalne tradicije kot temelj turistične ponudbe*. Maribor. Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Magaš, Damir. 2000. *Razvoj hrvatskog turizma, Konceptija dugoročnog razvoja*. Rijeka: Adamić.
- MGRT (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo). 2017. *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021*. http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/page/uploads/Strategija_turizem_koncno_5.10.2017.pdf (22. 6. 2019).
- Mihalič, Tanja. 2008. *Turizem, ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- MOV (Mestna občina Velenje). 2017. *Strategija razvoja in trženja turizma v občini Velenje 2017–2021*. <http://arhiva.velenje.si/Seje%20sveta/2017/Strategija%20razvoja%20turizma%20MOV%202017%20-%202021.pdf> (22. 5. 2019).
- MOV (Mestna občina Velenje). 2019a. *Gradovi*. <https://www.velenje.si/za-obiskovalce/naravna-in-kulturna-dediscina/gradovi> (16. 3. 2019).
- MOV (Mestna občina Velenje). 2019b. *Cerkve*. <https://www.velenje.si/za-obiskovalce/naravna-in-kulturna-dediscina/cerkve> (17. 4. 2019).

- MOV (Mestna občina Velenje). 2019c. *Spomeniki*. <https://www.velenje.si/za-obiskovalce/naravna-in-kulturna-dediscina/10874> (16. 5. 2019).
- Možina, Stane, Rudi Rozman, Miroslav Glas, Mitja Tavčar, Danijel Pučko, Janko Kralj, Štefan Ivanko, Bogdan Lipičnik in Jože Gričar. 2002. *Management*. Didakta, Radovljica.
- Možina, Stane. 1994. *Osnove vodenja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
- Ogilvie, William. 1933. *The Tourist Movement*. London: Staples Press.
- OZN (Organizacija združenih narodov). 1951. *Conference on Tourism*. New York: OZN.
- Planina, Janez. 1995. *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Planina, Janez, Tanja Mihalič. 2002. *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Rabotič, Branislav. 2012. *Selektivni oblici turizma*. Beograd. Visoka turistična škola.
- Stradner, Josef. 1917. *Der Fremderferkehr*. Graz: Universitäts bibliothek.
- Smith, Stephen. 2000. *Tourism in Destination Communities*. Ontario: Cabi.
- STO (Slovenska turistična organizacija). 2018. *Turizem v številkah 2017*. https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/turizem_v_stevilkah_2017.pdf (2. 5. 2019).
- SURS (Statistični urad Republike Slovenije). 2019. *Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov, občine, Slovenija, letno*. https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/sl/20_Ekonomsko/20_Ekonomsko__21_gostinstvo_turizem__01_nastanitev__02_21645_nastanitev_letno/2164525S.px/table/tableViewLayout2/ (27. 6. 2019).
- ŠCV (Šolski center Velenje). 2018. *Šaleška dolina skozi zgodovino Velenje in Šoštanj*. https://dijaski.net/gradivo/zgo_ref_saleska_dolina_skozi_zgodovino_velenje_in_sostanj_01 (24. 6. 2019).
- TTS (Turistični terminološki slovar) Termania . 2011. *Receptivna agencija*. Kamnik: Amebis <https://www.termania.net/iskanje?query=receptivna+agencija&SearchIn=All> (30. 6. 2019).
- UNWTO (United Nation World Tourism Organization). 1997. *Tourism* <http://www2.unwto.org/content/history-0#1997>(22.7.2019).
- UNWTO (World Tourism Organization). 2019. *International Tourism*. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barometer_jan19_presentation_en.pdf (29. 6. 2019).
- Velenje Slovenija. 2019a. *Muzeji*. <http://www.velenje-tourism.si/vredno-ogleda/muzeji> (22. 5. 2019).
- Velenje Slovenija. 2019b. *Arhitekturne znamenitosti*. <http://www.velenje-tourism.si/vredno-ogleda/arhitekturne-zanimivosti> (28. 6. 2019).
- Velenje Slovenija. 2019c. *Velenjska plaža*. <http://www.velenje-tourism.si/dozivetja/velenjska-plaza> (21. 6. 2019).
- Vodeb, Ksenija. 2014. *Turistična destinacija -sodobna obravnava koncepta*. Koper: Univerza na Primorskem.
- ZSRT (Zakon o spodbujanju razvoja turizma). 2018. *Uradni list RS*, št. 13/2018.

PRILOGA

Priloga 1 Anketni vprašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

Sem Špela Lenart, študentka Fakultete za management Koper. Pripravljam zaključno projektno nalogo s področja turizma v Šaleški dolini. Prosim vas, da v ta namen odgovorite na anonimna vprašanja v anketi in mi tako pomagate pri izdelavi diplomskega dela kot tudi k uspešnemu zaključku študija. Za sodelovanje se vam iskreno zahvaljujem.

1. Kako ste seznanjeni z načrti razvoja turizma v Šaleški dolini?
 - zelo dobro
 - dobro
 - zadovoljivo
 - slabo

2. Kako bi ocenili obstoječo turistično ponudbo v Šaleški dolini?
 - je zelo dobra
 - dobra
 - zadovoljiva
 - slaba

3. Razvoj turizma v Šaleški dolini spodbuja prebivalce k večji skrbi za urejenost kraja in izboljšuje kakovost njihovega bivanja.
 - zelo soglašam
 - soglašam
 - delno soglašam
 - nima vpliva

4. Ocenite delo lokalnih turističnih organizacij in njihovega managementa v Šaleški dolini.
 - je zelo dobro
 - dobro
 - zadovoljivo
 - slabo

5. So prebivalci Šaleške doline dovolj vključeni v kreiranje razvojnih turističnih projektov svoje regije?
 - zelo dobro
 - dobro
 - zadovoljivo
 - slabo

Priloga 1

6. Nudijo občine in podjetja Šaleške doline dovolj podpore razvoju turizma v svoji regiji?
 - zelo podpirajo
 - podpirajo
 - delno podpirajo
 - ne podpirajo

7. Kateri vrsti turistične ponudbe v Šaleški dolini bi morali v prihodnje nameniti več skrbi?
 - nastanitve
 - gostinstvo
 - šport in rekreacija
 - kultura in prireditve
 - izkoriščanje jezer

8. Soglašate, da naj bi prihodnji turistični razvoj Šaleške doline bolj temeljil na kakovosti storitev in manj na njihovem obsegu?
 - zelo soglašam
 - soglašam
 - delno soglašam
 - ne soglašam

9. Kaj je po vašem mnenju največja ovira prihodnjemu razvoju turizma v Šaleški dolini?
 - infrastruktura
 - slaba prepoznavnost regije
 - nepovezanost turističnih ponudnikov
 - obstoječa industrija

10. Ocenjujete, da je Šaleška dolina turistično dovolj poznana tudi izven svoje regije?
 - je dobro poznana
 - premalo

11. Kateri so po vašem mnenju ključni dejavniki razvoja turizma Šaleške doline v prihodnje?
 - varnost
 - čisto okolje
 - naravne in kulturne danosti
 - gostoljubje lokalnih prebivalcev

12. Nam zaupate svojo starost?
 - do 20
 - od 21 do 30
 - od 31 do 40
 - od 31 do 40

- od 41 do 50
- od 51 do 60
- nad 60