

Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zg. Podravja (Osrednja Štajerska)

Maribor-Pohorje-Slovenske gorice in Dravsko polje

Obrazložitev:

V skladu z Razvojnim načrtom in usmeritvami slovenskega turizma (RNUST 2007-2011), s pismom o nameri in pogodbo o skupnem sodelovanju na področju razvoja turizma, ki so jo podpisale vse lokalne skupnosti Zg. Podravja, in v skladu s sklepom Sveta regije Podravje, ki pooblašča Zavod za turizem Maribor za vodenje funkcije usklajevanja in razvoja turizma na celotnem območju omenjene regije do leta 2013, se je pričel oblikovati strateški dokument, ki pomeni dolgoročen načrt dejanj in usmeritev za doseganje skupnih ciljev, to je mednarodno konkurenčni razvoj turizma v mestu in regiji.

Dokument je nastajal daljše obdobje predvsem zaradi zahtevnega dela pri usklajevanju pogledov vseh 22 lokalnih skupnosti, posameznih akterjev (kultura, šport ipd.) ter institucij in družb turističnega gospodarstva. Kot osnovna metoda dela se je poleg upoštevanja strateških usmeritev države, aktualnih trendov v sodobnem evropskem turizmu in obdelave podatkov (kvalitativne, kvantitativne, primerjalne in swot analize), izvajalo usklajevanje ponudb, projektov, potreb, načrtov, prostorskih in naravovarstvenih omejitev ipd. vseh deležnikov na celotnem območju.

Z usmeritvijo delovanja na širše območje regije Zg. Podravja se uresničujejo strateški ukrepi iz RNUST, ki kot temelj turističnega razvoja predpisujejo oblikovanje širših turističnih območij – destinacij, hkrati s tem pa se dosegajo sinergije, ki izhajajo iz povezovanja, skupne vizije, ciljev in usklajenega razvoja trženja, oblikovanja konkurenčnih produktov in investicij v potrebno infrastrukturo.

Skupna vizija strateškega dokumenta je razvidna iz zaveze, da mora celovit razvoj temeljiti na principih **odgovornega turizma**, ki zna in zmore poleg pričakovanih ekonomskih učinkov upoštevati še naravne in kulturne resurse, ljudski potencial, tradicionalno identiteto in trajnostni razvoj. Po letu 2020 bo destinacija Osrednja Štajerska, v primeru dosledne implementacije in zasledovanja usmeritev te strategije, pozicionirana kot zelena in ekološko ozaveščena. Svoje presežke bo nadgrajevala ob kakovostni sprostivni ter aktivnemu odmoru, s kakovostnim doživetjem kulture in tradicije, z vrhunskimi užitki ob pristni kulinariki in vinih, ob raziskovanju podeželja ter doživetju izjemne gostoljubnosti Štajercev.

Opredeljeni kvantitativni cilji usmerjajo in omejujejo rast nočitvenih kapacitet, nočitev in gostov, rast dnevnega obiska ter povprečne dobe bivanja na vrednosti, ki so usklajene s potencialom, kapacitetami prostora in principi trajnostnega razvoja območja. Predvidena rast se giblje od 70 % (nočitvene kapacitete) do 100 % (nočitve, gosti, dnevni obisk) za desetletno obdobje.

Kvalitativni cilji opredeljujejo usmeritve v posamezne nove vsebine razvoja (razvoj produktov za letoletno povpraševanje, razvoj specializiranih produktov, zeleni turizem, dvig kakovosti storitev ipd.), v razširitev ponudbe izven aktualnih centrov, v povečanje

prepoznavnosti in uveljavitev skupne tržne znamke, omogočanje boljše dostopnosti, v vzpostavitev sodobnih tržnih kanalov, trajnostni razvoj in aktivno povezovanje deležnikov.

Strategija razvoja turizma destinacije se glede na vse predhodne analize, soočanja na terenu in aktualne trende potovanj v Evropi za naslednjih 20 let usmerja v razvoj »odgovornega turizma«, ob upoštevanju strategij diverzifikacije – razvoja novih proizvodov in diferenciacije – kakovostnega razlikovanja ponudbe sodobnih proizvodov z uporabo avtohtonih značilnosti lokalnega okolja. V skladu s trendi je potrebno slediti: turizmu v naravi (naravni parki, aktivnosti v naravi ipd.), zelenemu turizmu (ponudba na ožjem območju, eko, lokalna ponudba ipd.), programom za dobro počutje (velnes za sprostitev, ohranitev vitalnosti, programi za starejšo generacijo ipd.) in predvsem pomembnim lokalnim usmeritvam, ki so opredeljene v šestih integralnih turističnih produktih: vino in kulinarika; kultura; šport in rekreacija; naravno okolje – velnes, eko in turizem na podeželju; poslovni turizem ter mladinski turizem in posebni interesi.

Glede na naravne in ljudske resurse, potencialne razvoja in geografsko tipiko se destinacija deli na tri sub-destinacije: Maribor, Pohorje in Slovenske gorice z Dravskim poljem, ki imajo tudi svoje prioritete za razvoj posameznih turističnih produktov. Pomembno je omeniti, da se tako kot posamezni produkti lahko tržno dopolnjujejo in povezujejo tudi sub-destinacije.

Strategija tržnega komuniciranja opredeljuje potrebo po razvoju močne skupne tržne znamke, ki zajema vrednote in identitetne posebnosti območja iz vidika kulturne in naravne dediščine, pokrajinskih posebnosti, poudarkov turistične ponudbe, obstoječih prepoznavnih elementov ipd. Predlagani elementi usklajenega razvoja tržne znamke morajo temeljiti na krovni tržni znamki, ki se ji doda geografska znamka, ter na morebitnih sub-destinacijskih znamkah, produktnih znamkah in obvezni prepoznavni turistični znamki države. Posamezni elementi turistične znamke se uporabljajo v skladu s predpisano arhitekturo destinacijske znamke, kjer krovno znamko predstavlja že uveljavljena tržna znamka Maribor-Pohorje, ki ji dodamo geografski nivo – Osrednja Štajerska.

Organizacijska struktura turistične destinacije Osrednja Štajerska v predvidenem razvojnem obdobju ne predvideva ustanovitve posebne družbe ali zavoda Regionalne destinacijske organizacije (RDO), temveč te naloge v skladu s sklepom Sveta regije do leta 2013 vodi in koordinira Zavod za turizem Maribor. Realna slika na celotnem območju in legitimne želje nekaterih lokalnih skupnosti za povezovanje na ožjem območju destinacije ter tudi usmeritev v poglobljeno sodelovanje vseh deležnikov narekuje vmesni, usklajevalni nivo organizacije – sub-destinacijske organizacije (SDO). Operativni nivo delovanja predstavljajo lokalne turistične organizacije (LTO), ki so lahko v skladu s pooblastili tudi v različnih organizacijskih oblikah (zavod za turizem, TD, LAS, info pisarne, razvojne agencije ipd.).

Razvojni in naložbeni projekti v turizmu so zajeti tudi v aktivnostih in projektih splošnega razvoja območja, ki jih izvajajo lokalne skupnosti, država in zasebniki.

- Javne investicije v turistično in komunalno infrastrukturo (prometna infrastruktura, ureditev naselij in parkov, športno-rekreacijska infrastruktura, kulturni in prireditveni objekti, javne vodne površine za šport in rekreacijo ipd.).

- Zasebne investicije v turistično infrastrukturo (nastanitveni objekti, gostinski in vinsko-kulinarični objekti, dodatna športno-rekreacijska ponudba, velnes, igralnice ipd.).
- Javno-zasebne investicije v turistično infrastrukturo in objekte (obnova gradov, dvorcev, zgodovinskih hiš za potrebe turizma, razvoj greenfield objektov – vodni parki, golf igrišča, tematske vasi in parki, čolnarne, kampi ipd.).

Usmeritve za akcijski načrt so opredeljene v šestih sklopih in opisujejo postopke sprejema strategije, vzpostavitve RDO, trženje, aktivnosti na področju celovitega razvoja s specifičnimi in strateškimi ukrepi, izobraževanje in usposabljanje ter kontrolo doseganja rezultatov. Strateški dokument razvoja turizma v destinaciji predstavlja dolgoročen načrt dejanj in usmeritev, pa vendar je v njem predvidena varovalka, ki predvideva, da se ob morebitnih večjih spremembah trendov povpraševanja ali investicijskih potencialov le-ta korigira vsaka štiri leta.

Zadnje poglavje zajema usklajen seznam ključnih investicij in aktivnosti na celotnem obravnavanem območju za obdobje veljavnosti strategije. Vse aktivnosti in predvidene investicije so usklajene z usmeritvami v pričujoči strategiji. Seznam je pripravljen po sledečih poglavjih: namestitvene kapacitete, velnes in medico centri, kulturna dediščina, šport in rekreacija, logistična infrastruktura, naravna dediščina, zagotavljanje kakovosti storitev, razvoj kadra in projekti ter ostala turistična infrastruktura.

Zaključek:

Predlagan dokument je usklajen z usmeritvami, ki jih predpisuje država, s sodobnimi trendi povpraševanja turizma v naslednjih 20 letih, z regijskim razvojnim programom in usmeritvami ter s potenciali, ki jih izkazujejo lokalne skupnosti in turistično gospodarstvo obravnavanega območja destinacije. Strateški dokument bodo obravnavali in sprejemali odgovorni organi (občinski in mestni sveti) vseh lokalnih skupnosti na območju Zg. Podravja.

Zavod za turizem Maribor

Milan Razdevšek, direktor