

Zdravko Počivalšek, minister TURISTOV NE ZANIMAJO MEJE OBČIN IN POLITIČNA ORGANIZIRANOST

Minister za gospodarski razvoj in tehnologijo pričakuje, da bo za izpolnitev ciljev iz aktualne strategije vsak deležnik v turizmu prispeval svoj delež predvsem v smislu kreiranja odličnih produktov dodane vrednosti, izboljšanja infrastrukture in dela na kadrih. Le tako bomo lahko v letu 2021 dejali, da je Slovenija resnično zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.

Ste zadovoljni s turističnim obiskom v letu 2019?

V letu 2019 je Slovenijo obiskalo več kot 6,2 milijona turistov. Ti so ustvarili več kot 15,7 milijona prenočitev. V tem času so se prihodi turistov v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2018 povečali za 5 odstotkov, prenočitve pa za 0,6 odstotka. Med slednjimi beležimo približno 72-odstotni delež tujih prenočitev. Prihodi in prenočitve tujih turistov so še vedno v porastu (prihodi +6,3 odstotka, prenočitve okrog +2), medtem ko se številke prihodov in prenočitev domačih turistov umirjajo (prihodi +1,3 odstotka, rahel upad prenočitev za -2). Še pomembnejši je podatek, da smo v obdobju do novembra dosegli 2,5 milijardi evrov iz naslova izvoza potovanj. Ta podatek je za 2,4 odstotke boljši kot v enakem obdobju v letu 2018.

Če rezultate primerjamo s cilji, ki smo si jih zadali v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, lahko ugotovimo, da smo cilja 5–5,5 milijona turističnih obiskov in 16–18 milijonov prenočitev že dosegli z zelo uspešnim letom 2018. Za doseglo osnovnega cilja strategije 3,7–4 milijarde evrov prilivov iz naslova potovanj pa se bo potrebno še pošteno potruditi. Podaljšati moramo dobo bivanja turistov pri nas in njihovo potrošnjo.

V letu 2016, ki je bilo izhodiščno leto priprave strategije, smo dosegli 2,2 milijardi evrov iz naslova izvoza potovanj, v letu

2018 pa že 2,7. V dveh letih smo torej dosegli petsto milijonsko rast prilivov, kar predstavlja 24-odstotno rast. Vendar je naš skupni cilj zelo ambiciozen, rast v obdobju enajstih mesecev pa zaenkrat le 2,4-odstotna, zato jo bo potrebno v naslednjih letih še intenzivirati.

Pričakujemo, da bo vsak deležnik v turizmu prispeval svoj delež. Potrebujemo več kot zgolj učinkovito promocijo. Potrebujemo nove, odlične produkte, izboljšano infrastrukturo, kakovostne kadre, dvig dodane vrednosti.

Kako na splošno uresničujemo cilje iz strategije?

Pravkar smo v fazi njene interne evalvacije. Ugotavljamo, da je večina zastavljenih ukrepov v izvajanju, nekateri so že izvedeni. Slovenski turizem je na dobri poti k realizaciji zastavljene Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021. Z ukrepi našega ministrstva in aktivnostmi Slovenske turistične organizacije spodbujamo trajnostni razvoj turizma in razvoj 5-zvezdičnih doživetij. Na osnovi javnih razpisov za digitalizirano promocijo vodilnih destinacij in za sofinanciranje integralnih turističnih produktov je nastalo nekaj zanimivih turističnih produktov in 5-zvezdičnih doživetij, ki bodo vplivali na podaljšanje bivanja turistov pri nas. Na osnovi kampanje za kreiranje 5-zvezdičnih doživetij, ki jo



vodi Slovenska turistična organizacija, in po precej zahtevnih kriterijih je doslej 12 doživetij prejelo naziv Slovenia Unique Experiences.

V letu 2021 bomo zagotovo lahko dejali, da je Slovenija zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.

Kako ste zadovoljni z razvojem turizma v skladu z novo strukturo organiziranosti makro in vodilnih destinacij?

Nova organiziranost turizma v obliki štirih makro destinacij je zelo smiselna. Njen namen je povezati turistične ponudnike in ostale deležnike na ravni destinacij, pri čemer je na prvem mestu povezljivost v smislu kreiranja skupnih turističnih produktov in doživetij ter v skupni promociji na ravni destinacije. Prepričan sem, da so se makro destinacije dobro organizirale in da vodilne turistične destinacije, ki jih imamo 35, delajo dobro. Različni deležniki s področja turizma, kmetijstva, kulture in športa se povezujejo pri kreiranju skupnih turističnih produktov in doživetij. Turistov namreč ne zanimajo meje občin in politična organiziranost, temveč želijo na določeni destinaciji, v našem primeru v Sloveniji, doživeti čim več in se sprostiti. Za vse štiri makro destinacije se bodo pripravili master plani za obdobje 2020–2030 na osnovi javnega naročila Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo. To je pomemben ukrep, ki ga predvideva strategija.

Kako je v turizmu poskrbljeno za mala in srednje velika podjetja ter s. p.?

V tekočem strateškem obdobju smo zagotovili, da bomo namenili pozornost malim in srednje velikim podjetjem, ki delujejo na področju turizma. Ti subjekti so upravičenci na

javnem razpisu za sofinanciranje razvoja integralnih turističnih produktov, na katerem lahko prejmejo nepovratna sredstva. Prek SID banke je odprta naložbena linija Financiranje naložb za trajnostno rast slovenskega turizma (TURIZEM 1) v skupni višini 160 milijonov evrov, na osnovi katere so tudi mala in srednje velika podjetja upravičena do ugodnejših kreditnih pogojev v znesku od 100.000 do 20 milijonov evrov.

Mala in srednje velika podjetja so deležna spodbud tudi prek ukrepov Slovenskega podjetniškega sklada in javne agencije SPIRIT. V kabinetu predsednika vlade imamo državnega sekretarja, ki je pristojen za mala in srednje velika podjetja. S poenostavitvami, ki jih uvajamo na zakonodajnem področju, si prizadevamo za izboljšanje poslovnega okolja za mala turistična podjetja in turistične kmetije.

Na kakšen način spodbujate razvoj turizma s pomočjo evropskih sredstev?

V letih 2017 in 2018 smo objavili tri javne razpise za koriščenje evropskih sredstev za integralne turistične produkte in vodilne destinacije. Z njimi smo podprli 121 projektov, ki smo jim financiranje odobrili v skupni višini 17,27 milijona evrov.

Predvideni učinki sofinanciranih projektov so:

- s projekti naj bi se realiziralo približno 185 novih oziroma nadgrajenih turističnih produktov, ki bodo obogatili našo turistično ponudbo;
- podprli smo razvoj in digitalizacijo v 33 vodilnih destinacijah slovenskega turizma;
- nove zaposlitve (predvideno okrog 190 novih zaposlitev, kar je glede na namen zadevnih razpisov veliko);
- projekti bodo neposredno vplivali na povečanje števila obiskovalcev, prenočitev in prilivov.

Z javnim razpisom za energetsko sanacijo turističnih kapacitet, ki se je izvajal v letih 2018 in 2019, smo podprli 40 investicijskih projektov v skupni višini 4,7 milijona evrov. V pripravi so že novi javni razpisi. V oktobru je bil objavljen javni razpis za razvoj 35 vodilnih destinacij, ki imajo v letih 2020–2021 na voljo skupno 5,48 milijona evrov. Tokrat bodo vodilne destinacije namenile sredstva za razvoj turističnih produktov, dvig kompetenc kadrov oziroma za usposabljanje predstavnikov turističnega gospodarstva v destinaciji in digitalno inoviranje kulturne dediščine.

Cilj javnega razpisa na področju digitalizacije kulturne dediščine je, da bo Slovenija postala vodilna država v Evropi, ki bo s sistematičnim digitalnim inoviranjem kulturne dediščine ustvarila unikatna turistična doživetja.

Kako lahko MGRT še pomaga k vključitvi novih tehnologij v slovenski turizem?

Na MGRT si prizadevamo za digitalizirano promocijo slovenskega turizma. Zato smo v preteklih dveh letih spodbujali vodilne destinacije k digitalni promociji. Uspešne digitalne kampanje izvaja Slovenska turistična organizacija in zanje prejema tudi mednarodna priznanja. Zelo uspešna je bila nacionalna promocijska kampanja Dva milijona razlogov, zakaj čutimo Slovenijo, ki je decembra 2019 dosegla zelenih dva milijona objav s ključnikom #ifeelsLOVEnia, ki so dosegle 200 milijonov ljudi z vsega sveta. S to promocijsko kampanjo je



spodbujala sezonalizacijo in geografsko razpršenost turizma na različne dele Slovenije. Kampanja je namreč pozivala tako prebivalce Slovenije kot njene obiskovalce k razkrivanju manj znanih koticov naše dežele in njihovih posebnih doživetij.

Prav tako želimo, da se poleg promocije digitalizira tudi turistična ponudba, zato z odprtim javnim razpisom namenimo nepovratna finančna sredstva digitalizaciji kulturne dediščine v vodilnih turističnih destinacijah. Digitalizacija je sedaj osrednja tema razprav tudi v okviru Evropske komisije in želimo slediti trendu.

Glede na temo zadnjega svetovnega dneva turizma Turizem in delovna mesta – boljša prihodnost za vse nas zanima, kakšne ukrepe izvajate za oblikovanje kakovostnih delovnih mest v turizmu?

Ukrepe in aktivnosti iz Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 izvajamo v sodelovanju s partnerji. Predvsem si prizadevamo, da bi bila delovna mesta v gostinstvu in turizmu kakovostna in zaželena. Izboljšati je potrebno upravljanje s kadri, kar pomeni, da se morajo menedžerji zavedati pomena ustreznega nagrajevanja, motiviranja in usposabljanja kadrov. Odnosi med zaposlenimi in vodstvom podjetij morajo biti spodbudni. Na Mednarodnem sejmu MOS v Celju smo v letu 2019 organizirali posvet na temo Dvig kakovosti zaposlitev v turizmu za

zagotavljanje 5-zvezdičnih doživetij, ki so se ga udeležili predstavniki turističnega gospodarstva, šolstva in vodilnih destinacij. Ugotovili smo, da so za kreiranje 5-zvezdičnih doživetij ključni usposobljeni, kreativni in inovativni ljudje.

Z namenom izboljšanja upravljanja s kadri v gostinstvu in turizmu je v pripravi osnutek nacionalne sheme certificiranja uspešnega upravljanja s kadri v gostinstvu in turizmu. S tem projektom želimo spodbuditi zavedanja delodajalcev glede pomena ustreznega upravljanja s kadri ter dvigniti zanimanje mladih in brezposelnih oseb za delo v gostinstvu in turizmu. Dodaten certifikat, ki ga bo posamezno podjetje dobilo, bo imelo poseben promocijski pomen, podjetje bo bolj cenjeno na trgu in bo tudi lažje pridobilo kader. S tem projektom bomo izpostavljali primere dobrih praks, saj ugotavljamo, da so težave v turističnem gospodarstvu povezane predvsem z organizacijo dela, motiviranja in nagrajevanja zaposlenih.

V kakšni fazi je razvoj nacionalnega turističnega holdinga?

Država je posredno ali neposredno lastnica 40 odstotkov slovenskih turističnih podjetij, ki obvladujejo več kot 70 odstotkov hotelskih kapacitet. Če se ozremo po Evropi in svetu, ne bomo našli državnega lastništva v hotelskem sektorju v državah tradicionalne demokracije. Še največ ga je v tranzicijskih državah, a tako visokega lastniškega deleža, kot ga ima v hotelirstvu Republika Slovenija, ne bomo našli

nikjer. Ne bi bili odgovorni, če bi dopustili, da se vprašanje lastništva rešuje samo po sebi. Zagotoviti moramo namreč dolgoročno korist za slovenski turizem. Letni načrt upravljanja z državnim premoženjem v turizmu, ki ga je pripravil Slovenski državni holding, je v potrjevanju na Vladi Republike Slovenije. Moje stališče je: najprej povezati vse državno premoženje v turizmu pod eno streho, zagotoviti ustrezno upravljanje z njim, konsolidacija in nato premišljena privatizacija.

V pripravi so trije javni razpisi:

- *za nove integralne turistične produkte v višini 3 milijone evrov*
- *za energetske sanacije turističnih kapacitet in gostiln bo namenjenih 21 milijonov evrov*
- *za energetske sanacije planinskih koč bo javni razpis v višini 5 milijonov evrov*

Kako komentirate uvrstitev Slovenije v poročilu Svetovnega gospodarskega foruma o konkurenčnosti turizma?

Poročilo Svetovnega ekonomskega foruma na področju konkurenčnosti turizma, ki Slovenijo v skupni oceni uvršča na 36. mesto med 140 državami, dokazuje, da smo na področju turizma na pravi poti. Imamo ustrezno strategijo in ugodno poslovno okolje, ki omogočata uspešen trajnostni razvoj turizma. Najbolj smo lahko ponosni na zapis v poročilu, da Slovenija ostaja najbolj konkurenčno gospodarstvo v regiji. To pripisujejo predvsem splošnemu poslovnemu okolju, pozornosti, ki jo namenimo turizmu, osnovni in turistični infrastrukturi, okoljski trajnosti, kjer je Slovenija na 8. mestu, in naravnim virom. Veseli smo, da so tudi v mednarodni strokovni javnosti ugotovili, da je Slovenija napredovala v mnogih kriterijih in se uspešno sooča z ostro mednarodno konkurenco.

Kakšni so načrti za leti 2020 in 2021?

Načrtov imamo precej. Izvajali bomo ukrepe in aktivnosti na osnovi Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, pri čemer bomo sodelovali z vsemi resorji in deležniki. Naša osrednja naloga je omogočanje ugodnega normativnega okolja za uspešno poslovanje turističnega gospodarstva. Medtem ko smo v preteklih dveh letih veliko pozornosti namenili pripravi novega Zakona o spodbujanju razvoja turizma in Zakona o Kobilarni Lipica, je pred nami obsežna posodobitev Zakona o gostinstvu vključno s podzakonskimi akti, predvsem

Pravilnikom o merilih za določitev obratovalnega časa in implementacija novih standardov Hotelstars, ki bodo veljali od 2020 do 2025. Naša prizadevanja pri pripravi novega zakona in podzakonskih aktov bodo šla v smeri iskanja poenostavitve, postavljanja novih modelov. Zavedamo se, da je gostinstvo srčika slovenskega turizma, sploh ob pozicioniranju Slovenije kot kulinarčne destinacije in nosilke prestižnega naziva Evropska gastronomska regija 2021. Vsa prizadevanja naših gostincev si zaslužijo sodoben zakonodajni okvir, ki bo omogočal nadaljnji razvoj gastronomije.

Tudi v prihodnjih dveh letih bomo na osnovi javnih razpisov sofinancirali razvoj novih integralnih turističnih produktov, razvoj kompetenc in digitalizacijo kulturne dediščine v vodilnih turističnih destinacijah. Pomagali bomo pri energetski sanaciji turističnih kapacitet, gostiln in planinskih koč. Spodbujali bomo uvedbo okoljskih znakov v nastanitvene kapacitete. Pripravljati se pričujemo tudi na predsedovanje Svetu EU, ki ga Slovenija prevzema v drugi polovici leta 2021.

Ali imamo v Sloveniji že preveč turistov? Že lahko govorimo o prekomernem turizmu?

V Sloveniji smo še daleč od prekomernega turizma. Naša prizadevanja so usmerjena v promocijo Slovenije kot privlačne turistične destinacije vseh 365 dni v letu, saj se želimo uvrstiti na seznam turistično privlačnih destinacij. Pritegniti želimo več turistov, še posebej pa podaljšati dobo njihovega bivanja. Naša usmeritev je v trajnostni razvoj turizma, zato spodbujamo trajnostno naravnano turistično ponudbo. Ne želimo masovnega turizma, temveč kakovostno ponudbo 5-zvezdičnih doživetij in čim bolj personaliziran pristop. Za to pa potrebujemo ustrezno usposobljen kader z znanji destinacijskega menedžmenta. Prav tako je potrebno spodbujati inovativnost in kreativnost zaposlenih v turizmu in mladih.

V Sloveniji je sicer nekaj krajev, ki so v določenem obdobju nekoliko bolj obremenjeni s turističnim obiskom. Izzive zaradi povečane rasti turizma imajo občasno Bled, Ljubljana, Dolina Soče in Piran/Portorož ter termalne destinacije Podčetrtek, Moravske Toplice in Dobrna. Na drugi strani pa imamo čudovite destinacije, ki so turistično »podhranjene«.

Pomembni sta ustrezno upravljanje s turistično destinacijo ter ustrezna krajevna in časovna razpršenost turističnih tokov v destinaciji. To lahko dosežemo z dobrim sodelovanjem in povezovanjem turističnih ponudnikov na destinaciji ter s kreiranjem privlačnih turističnih produktov za različne ciljne skupine. Prav tako je potrebno spodbujati razvoj produktov z višjo dodano vrednostjo. Večina destinacij ima še vedno močan sezonski značaj, kar je treba omiliti. Primer dobre prakse je Ljubljana, ki je v zadnjih letih značilno podaljšala sezono. Ne le za razpršenost turističnega obiska, vse bolj moramo skrbeti tudi za ustrezno sobivanje turistov in prebivalcev v ključnih destinacijah.

Uredništvo revije Turizem

📷 Nebojša Tejič / STA, Peter Irman